

أساسيات الاقتصاد السلوكي

عمرو أحمد عبدالملك

مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية

أساسيات
الاقتصاد السلوكي

محتوىٰ الكتاب لا يعبر بالضـرورة عن وجهة نظر المركز

الطبعة الأولى 2020

النسخـــة العاديـــة ISBN 978-9948-35-223-5

النسخـة الإلكترونية ISBN 978-9948-35-222-8

توجه جميع المراسلات إلى العنوان الآتي:
مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية

ص. ب: 4567
أبوظبي ـ دولة الإمارات العربية المتحدة

هاتف: 4044541-9712+

فاكس: 4044542-9712+

E-mail: pubdis@ecssr.ae
Website: http://www.ecssr.ae



مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية

أساسيات الاقتصاد السلوكي

عمرو أحمد عبد الملك

مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية

أنشئ مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية في 14 مارس 1994؛ بهدف إعداد البحوث والدراسات الأكاديمية للقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية المتعلقة بدولة الإمارات العربية المتحدة ومنطقة الخليج والعالم العربي. ويسعى المركز لتوفير الوسط الملائم لتبادل الآراء العلمية حول هذه الموضوعات، من خلال قيامه بنشر الكتب والبحوث وعقد المؤتمرات والندوات. كما يأمل مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية أن يسهم بشكل فعال في دفع العملية التنموية في دولة الإمارات العربية المتحدة.

يعمل المركز في إطار ثلاثة مجالات هي مجال البحوث والدراسات، ومجال إعداد الكوادر البحثية وتدريبها، ومجال خدمة المجتمع، وذلك من أجل تحقيق أهدافه الممثلة في تشجيع البحث العلمي النابع من تطلعات المجتمع واحتياجاته، وتنظيم الملتقيات الفكرية، ومتابعة التطورات العلمية ودراسة انعكاساتها، وإعداد الدراسات المستقبلية، وتبني البرامج التي تدعم تطوير الكوادر البحثية المواطنة، والاهتمام بجمع البيانات والمعلومات وتوثيقها وتخزينها وتحليلها بالطرق العلمية الحديثة، والتعاون مع أجهزة الدولة ومؤسساتها المختلفة في مجالات الدراسات والبحوث العلمية.

المحتويات

تقديم

عَرض عليّ الباحث القاضـي، عمرو عبدالملك، هذا الكتاب؛ فرأيـت أنـه للقـارئ والمتخصص والباحث، ووجدته قد حوى بين طياتـه معلومـات حديثـة، قـد تفيـد جميـع الأطياف. وخلال رحلة قراءة الكتاب، وجدت أنني أمام دراسة متخصصة تخصصاً دقيقاً في أحد الموضوعات التي هي بؤرة الحدث الاقتصادي والسـياسـي العالمي، وهو موضوع الاقتصاد السلوكي.

وأرى أن هذا الكتاب يضـرب موعداً جديداً في هـذا الموضـوع المهـم، وقـد عمـل الباحث فيه بكل جِدّ ليجمع ما بين الجوانب النظرية والعملية.

آملاً أن يجد هذا الكتاب، وغيره من الكتـب المماثلـة، طريقـه للتطبيـق في مجتمعاتنـا العربية، ولاسـيما حاجتنا الماسّة إلى الجمع بين الدراسة النظرية والتطبيق العملي.

والله الموفـق

القاضي أحمد خيري

مساعد وزير العدل المصـري

لشـؤون المحاكم المتخصصة

القاهرة في 19 أغسطس 2019

مقدمة

على مدار السنوات القليلة الماضية ظهر – وتنامى في الظهور – علم الاقتصاد السلوكي (Behavioral Economics (BE، وهو المجال الذي يهتم بدراسة التأثيرات النفسية والاجتماعية والمعرفية والعاطفية على صنع واتخاذ القرارات الاقتصادية للأفراد والمؤسسات، والنتائج المترتبة على القرار. والاقتصاد السلوكي ليس علماً قائماً بذاته بقدر ما هو مجموعة من العلوم المختلفة التي تفسر السلوك الإنساني في إطار اقتصادي ومالي. وعند تفسير السلوك يمكن التعرف إلى أوجه القصورالتي شابت مدخلات القرار. ومن العلوم التي تتداخل معه وتشكل بناءه: علم النفس، والعلوم العقلية والعصبية، وعلم النفس الاجتماعي، ونظريتا الاقتصاد الجزئي والكلي، والاقتصاد التجريبي وعلم الاقتصاد العصبي.

وقد بُنيت النظرية الاقتصادية الكلاسيكية على فرضية العقلانية المطلقة للوحدات الاقتصادية (سواء كان فرداً، أو أسرة، أو شركة، أو مؤسسة، أو منظمة، أو أسواقاً، أو دولة.. إلخ). إلا أن النتائج الواقعية لقراراتها الاقتصادية وسلوكياتها في التعامل مع المال والوقت أثبتت عدم صحة هذه الفرضية. وسبب تباين السلوك الاقتصادي الواقعي عن نماذج الاقتصاد الكلاسيكي، هو أن متخذي القرارات الاقتصادية في تلك الوحدات هم بشر، يحكمهم العقل تارة، والهوى تارة أخرى. وتتباين نظرتهم إلى الأحداث والمواقف والزمن والمال من حالة إلى أخرى. ويتأثرون بتغيرات الحالة المزاجية، والفسيولوجية، وتلعب البيئة المحيطة دوراً في قراراتهم.

ويفترض الاقتصاد الكلاسيكي – بنظرة غير واقعية – أن الشخص العادي وهو يتخذ قراره يضع في حساباته كل النتائج والاحتمالات والمنافع الممكنة لكل نتيجة،

ويضـرب الاحتمالات في المنافع، ويحسب تكلفة الفرصة البديلة. وهـو مـا يعظـم المنفعـة المتوقعة.

وهنا يتدخل الاقتصاد السلوكي، ويبين أن الفرد العادي لا يفعل ذلك، وأن ما يقود قراره ويحركه العديد من الخصائص النفسـية والسـلوكية والعقليـة والاجتماعيـة. ودرس علماء النفس والاقتصاد الخصائص التي تتدخل في صنع القـرارات لأكثـر مـن مئـة عـام. وأدلى الكُتّاب والمفكرون بدلوهم أيضاً، إلا أن الأبحـاث الأكثـر أهميـة ظهـرت نتائجهـا خلال الأعوام الثلاثين الماضـية.

ويعتمد الاقتصاد الحديث على تناول ما ينبغي أن يكـون عليـه القـرار الاقتصـادي وليس ما هو كائن بالفعـل. وجـاء في كتـاب ميلتـون فريـدمان في عـام 1953 أن الأفـراد العاديين ليس بمقدورهم حل المشكلات الاقتصادية المعقدة التـي تقـابلهم يوميـاً في التـوّ واللحظة، إلا إنهم يتصـرفون كما لو كان بمقدورهـم ذلك.

إن سلوك البشـر والمؤسسات تحكمه الطبيعـة الإنسـانية القاصــرة، وتـتحكم فيـه العواطف والمشاعر، وهي الجانب الأهـم في السـلوك. وتتغلـب العاطفـة عـلى القـرارات والاختيارات. وجاء الاقتصاد السلوكي ليحلل السلوك الاقتصادي، ويحدد نماذج العيوب السلوكية، ولعب علماؤه دورهم في توضـيحها، ووضعوا النظريات التي تحكـم السـلوك، وكيفية تعامل العقول مع عنصـرَي المال والـزمن. ويعـد الاقتصـاد السـلوكي هـو العلـم الجديد الذي يضع نظرية اقتصادية واقعية حديثة.

ولم يقِف تنامي الاقتصاد السلوكي عنـد حـدود الأبحـاث والدراسـات والأروقـة الأكاديمية، بل امتد امتداداً حميداً فربط بين العلم والحيـاة، ووجـد طريقـه في الكثـير مـن المجالات، سواء الأعمال التجارية أوالصحة أوالتعليم أو البيئة، بل فرض نفسه عـلى أهـم معاقل القرار، وهو السـياسة العامة؛ فقامت حكومة بريطانيا في يوليو 2010 بإنشاء "فريق الرؤى السلوكية (Behavioral Insight Team (BIT" ويكنى بـ "وحدة الوكز الهادئ". وفي عام 2015 قامت إدارة أوباما بتأسـيس الفريـق نفسـه، ودور كـل مـنهما هـو تطبيـق

"نظرية الوكز" المستمدة من الاقتصاد السلوكي لتشكيل سلوك مواطنيهم على نحو يحقق أهداف الحكومة الاقتصادية والاجتماعية.

وبدأ الاقتصاد السلوكي يحتل مكانته عالمياً مع صدور كتاب: **الوكزة: تحسين اتخاذ القرار حول الصحة والثروة والسعادة** *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness* لمؤلفَيه العالمين الأمريكيين ريتشارد ثالر وكاس سانستين. وصدر الكتاب في عام 2008، وأصبح له شأن عظيم في وضع السياسات العامة الداخلية في الولايات المتحدة الأمريكية وإنجلترا، ووردت فيه مصطلحات وسياسات لم تألفْها الحكومات الرأسمالية من قبل. ولم يقدم الكتاب "الوكزَ" فحسب، بل خاطب الأفراد والحكومات والقطاع الخاص، وأوضح أدوارهم في الحفاظ على المال والاستثمارات والصحة العامة والبيئة والتعليم وجوانب أخرى.[1]

وهناك اثنتان وعشرون دولة أخرى انضمّت إلى تطبيق هذا العلم في السياسة العامة؛ منها أستراليا وبلجيكا وكندا وفرنسا وألمانيا وإيطاليا واليابان وإسبانيا. وقامت لبنان بتأسيس وحدتها تحت اسم Nudge Lebanon. وقد تم عقد أول مؤتمر حول الاقتصاد السلوكي ونظمته وحدة لبنان للترغيب والتوجيه السلوكي في شهر مايو 2018 وعقد بـ "الجامعة الأميركية" في بيروت. والدورة الثانية منه في شهر إبريل 2019. وتستعد المملكة العربية السعودية لإطلاق وحدتها باسم "المركز الوطني للدراسات الاستراتيجية التنموية".

إن تطبيق الاقتصاد السلوكي في السياسة العامة أصبح ظاهرة وإن كان لم يحتل مكانته الحقيقية على أجندة الحكومات، إلا أنه يبدو في الأفق أن السياسة لم تعُد بيد السياسيين فحسب، بل تدخّل العلم فيها. ويمكن القول إننا مقبلون على عصر اتخاذ القرارات السياسية على أساس علمي فحسب.[2]

تعد نسبة الحاصلين على جائزة نوبل في العلوم الاقتصادية نتيجة إسهاماتهم في مجال الاقتصاد السلوكي كبيرة منذ بدايتها، ومنهم؛ جورج أكيرلوف George A. Akerlof،

ودانيال كانمان Daniel Kahneman وهو الأب المؤسس لهذا العلم بالاشتراك مع زميله الراحل أموس تفيرسكي، وهما عالما نفس، وروبرت شيلر Robert James Shiller. وآخر الحاصلين على جائزة نوبل في العلوم الاقتصادية عام 2017 هو العالم ريتشارد ثالر Richard H. Thaler منفرداً، وذلك عن مجمل إسهاماته في الاقتصاد السلوكي. وأفكاره الشاملة في المزج بين الاقتصاد وعلم النفس. ويعد ثالر الأب المؤسس للاقتصاد السلوكي من علماء الاقتصاد. وأصبح ديفيد لايبسون أول أستاذ له عام 1994، وعُقد المؤتمر الأول للاقتصاد السلوكي في جامعة شيكاغو عام 1986.

تفتقر المكتبة العربية إلى كتاب باللغة العربية يتناول الاقتصاد السلوكي ويقدمه للمجتمعات العلمية والأكاديمية العربية، وآليت على نفسي هذا الأمر ورأيت أنه من الأوفق أن استهل افتتاح المكتبة بهذا الكتاب، ويعد دراسة تقريرية توضح أساسيات العلم، واستعراضاً لأفكار الاقتصاد السلوكي الرئيسية وعلمائه ونظرياتهم وتطبيقاته ومكانته، وكيف يمكن تطبيق المعارف الآتية من ينابيعه في الحياة اليومية؛ إذ إن الدراسة تمهيد وتقديم لهذا العلم.[3]

وقد تم تقسيم الدراسة إلى قسمين: الأول، يتناول جوانب نظرية للاقتصاد السلوكي؛ وفيه توضيح لماهيته وتعريفه والفرق بينه وبين الاقتصاد الكلاسيكي وملامحه العامة، ومدى ارتباطه بالعلوم الأخرى. ثم استعراض نظرياته الرئيسية ومبادئه السلوكية، والأبعاد الزمنية والاجتماعية التي يضعها في حسابه وهو يحلل القرار الاقتصادي.

ثم تنتقل الدراسة في قسمها الثاني إلى الجوانب العملية للاقتصاد السلوكي، وتوضيح آليات عمل الاقتصاد السلوكي، وآلية "الوكز" ومصطلح "الحرية الأبوية". ثم تتناول المكانة التي وصل إليها في إنجلترا وأمريكا ومكانته العالمية، وأين تقع منطقتنا العربية في هذا المجال. وتوضح الدراسة أن الاقتصاد السلوكي هو طريق الرفاه الاقتصادي والاجتماعي بسبب تطبيقاته المختلفة وآثارها الإيجابية. وفي الختام تستعرض الدراسة كيفية تطبيق الاقتصاد السلوكي في المؤسسات المختلفة، والاستفادة من قدرته على تعظيم المنفعة والإعلاء من شأن القرار الإنساني.

هذا، وليس لي في هذه الدراسة إلا ما جاء فيها من أخطاء، وأما ما فيها من صواب فهو من الله جل وعلا ومن فضله سبحانه صاحب الفضل العليم؛ فالكمال لله وحده سبحانه، ولا كتاباً كاملاً إلا كتابه، وأمرنا بالاجتهاد والسعي نحو العلم، ولا عجب أن استهلَّ سبحانه وتعالى كتابه العزيز بـ "اقرأ". وإيماناً بتكليفه سبحانه وتعالى ببذل السعي، أبحرتُ في عالم الاقتصاد السلوكي، وهو علم حديث ومفرداته اللغوية مستحدثة؛ حتى في اللغة الإنجليزية. وكان لزاماً علينا تعريب مصطلحاته؛ فاجتهدت لتعريبها قدر الإمكان، ولكل قارئ عزيز يقترح تصويباً أو تعريباً، فتلك هي الإضافة التي تثري العمل، بل أشدد في دعوتي إلى كل من يقرأ الكتاب أن يعلق على ما يجد من قصور.

القسم الأول

جوانب نظرية للاقتصاد السلوكي

في هذا القسم، تعرض الدراسة الجوانب التي توضح مدى الجانب العملي للاقتصاد السلوكي وابتعاده عن التنظير الاقتصادي الكلاسيكي المبني على النظريات وتلقي الكثير من الاهتمام على النماذج الاقتصادية التي تفترض العقلانية المطلقة للقرار الاقتصادي. وتبين المقصود بالاقتصاد السلوكي، بوضع تعريفه وإيضاح الفروق بينه وبين الاقتصاد الكلاسيكي، والملامح العامة التي يرتكز عليها ومدى ارتباطه بالعلوم الأخرى. وتستعرض النظريات الرئيسية للاقتصاد السلوكي، والمبادئ السلوكية المستمدة منها والتي تبين مساقات التفكير واتخاذ القرار بين بني البشر، وتتضمن الاستدلالات والتحيزات، وأخيراً التأثيرات المختلفة. ومن الجوانب التي يضعها الاقتصاد السلوكي في اعتباره الأبعاد الزمنية المختلفة لاتخاذ القرارات، والأبعاد الاجتماعية التي تصاغ في إطارها القرارات.

الفصل الأول

ماهية الاقتصاد السلوكي

في مستهل تناول الاقتصاد السلوكي، نقف على تعريفه وماهيته، والفرق بينه وبين الاقتصاد الكلاسيكي، وملامحه العامة والأطر الفكرية التي يصاغ فيها، والأفكار الرئيسية الكبرى التي يبنى عليها، ثم أخيراً علاقته بالعلوم الأخرى ومفهوم التداخل فيما بين العلوم المختلقة Interdisciplinary، والموضوعات، على النحو الآتي:

أولاً: الاقتصاد الكلاسيكي والاقتصاد السلوكي

يقوم الاقتصاد الكلاسيكي على عدد قليل من المبادئ أو البدهيات، وكذلك بعض الفروض القليلة حول سلوك البشر، أمَّا ما قدَّمه الفكر الاقتصادي من نظريات فلا يزيد عن عدد محدود من الأفكار الرئيسية الكبرى، وما عدا ذلك فهو تفصيلات جزئية هنا وهناك. أما المبادئ التي يقوم عليها؛ فتدور حول فكرة "النُّدرة"، والمقصود بها أن حاجات الإنسان كثيرة ومتنوعة ولا نهاية لها، في حين أن الموارد المتاحة لإشباع هذه الحاجات محدودة، فضلاً عن أن زيادة هذه الموارد أو زيادة كفاءتها تتطلب جهداً؛ فالسلع والخدمات اللازمة لا توجد جاهزة في الطبيعة، وإنما تتطلب استخدام الموارد المتاحة من أجل توفيرها. ونظراً لأن الموارد محدودة؛ فإن المشكلة الرئيسية التي تواجه الإنسان هي كيفية "اختيار" الحاجات الأولى بالإشباع.

والحديث عن "الاختيار" يعني "التضحية" ببعض الرغبات الأخرى على حساب رغبات نعتقد أنها أولى بالرعاية. وهكذا نجد أن الاقتصاد يقوم أساساً على مفهوم "التضحية"، وهو ما وصفه الاقتصاديون "بالتكلفة". فالاقتصاد في جوهره هو مقارنة بين "التكلفة" و"العائد". فلا شيء في الحياة مجاناً، والقرار الاقتصادي هو في النهاية اختيار

الأفضل "عائداً" والأقل "تكلفةً"، وذلك في حدود الموارد المتاحة؛ أي في حدود "الموازنة" المتاحة لكل فرد أو منشأة أو دولة.[1]

ويَفترض علم الاقتصاد أن الإنسان بطبعه رشيد في سلوكه، بمعنى أنه يسعى بإمكانياته المحدودة إلى الحصول على أكبر قدر من الإشباع لحاجاته، وبطبيعة الأحوال فإن الأفراد يختلفون فيما يتعلق بتحديد أهمية احتياجاتهم، وهناك احتياجيات قد تبدو غير مقنعة للبعض.[2]

أمَّا ما قدَّمه الاقتصاديون من نظريات أو أفكار رئيسية فهو قليل، ويمكن أن نُعدِّد أهم هذه الأفكار الرئيسية بدءاً بما أشار إليه آدم سميث حول أهمية "تقسيم العمل والمبادلة"، وهناك ما عرضه ريكارديو كذلك عن ظاهرة "تناقص الغلّة"، وما يرتبط بها من ظهور "للرِّيع". وكان له الفضل كذلك في اكتشاف مفهوم "المزايا النسبية" في تفسير المعاملات، خاصة الدولية. وبعد ذلك أبرزت المدرسة النمساوية مفهوم "تناقص المنفعة الحدية"، ونجح مارشال – الاقتصادي الإنجليزي- في الربط بين "تناقص الغلّة" و"تناقص المنفعة" مؤكداً أن الثمن يتحدَّد في السوق من خلال العرض والطلب عند أدنى منفعة حدية للمستهلكين وأعلى تكلفة حدية بين المنتجين. ونشير أيضاً إلى ما أبرزه الاقتصادي الإنجليزي الآخر (كينز) عن "الخداع النقدي"؛ بمعنى أن العمال كثيراً ما ينخدعون بالأجور النقدية بصرف النظر عن مستويات الأسعار، كما وجَّه كينز النظر إلى أهمية "التوقعات"؛ فالفرد لا يتخذ قراراته على أساس ما يراه من أسعار حالية، بل يتصرف أيضاً في ضوء توقعاته للأسعار المستقبلية.[3]

وهناك أيضاً الإضافة المهمة التي قدَّمها الاقتصادي الرياضي (فون نيومان)، الذي أوضح أن الكثير من المعاملات الاقتصادية لا تعدو أن تكون نوعاً من المباريات أو استراتيجيات الحرب؛ حيث يحدد كل طرف استراتيجيته في ضوء ما يعتقده عن استراتيجيات الطرف الآخر، وتُعَدُّ نظرية المنفعة المتوقعة Expected-utility theory التي وضعها كلٌّ من فون نيومان ومورجنسترن (1944م) معياراً لصنع القرار العقلاني، وكان

هذا العمل– ولا يـزال– عمـلاً مـؤثراً للغايـة، وتعتـبر النظريـة مرجعـاً أساسـياً لاتخـاذ القرارات الفردية وصنعها.[4]

وقد نضـيف إلى ما تَقدَّم فكـرة "السـلع العامـة"، التـي عمَّقهـا الأمريكـي (بـول ساموليسن)، وهي السلع التي تهم الجماعة في مجموعها، ولكـنَّ أحـداً لا يرغـب في تحمُّـل تكاليفها برغم أهميتها، وترتبط بها فكرة "الانتفاع المجاني"، ويعتمد الاقتصاد الحديث على تناول ما ينبغي أن يكون عليه القرار الاقتصادي، وليس ما هو كائن بالفعل. وربما باستثناء هذه الأفكار؛ فكل ما كُتِب في الاقتصاد لا يعدو أن يكون تفصـيلاً، أو تعميقـاً، أو تطبيقـاً لهذه الأفكار الأساسـية.

بُنيت النظريات الاقتصادية الكلاسـيكية السـابقة عـلى فرضـــية العقلانيـة المطلقـة Absolute Rationality للوحدات الاقتصادية (فرداً، أو شـركة، أو منظمـة، أو أسـواقاً، أو دولة، ...إلخ)، أي أن الناس يتخذون قراراتهم كمستهلكين على أساس عقلاني، ومن ثـم يعرفون ما يريدون على وجه الدقة وقيمته على وجه اليقين، من خـلال مبـدأ المنفعـة Utility وهي الفائدة التي يحصل عليها الإنسـان مـن اسـتعمال السـلعة أو الخدمـة. والمنفعـة الحديـة Marginal utility هي الفائدة الإضافية المتحققة نتيجة الحصول على وحدة إضافية.

ويفسـر السلـوك البشــري الاقتصـادي مـــن خـــلال نمـــوذج تعظيـــم المنفعـــة Utility Maximization Model حيـث يُبنـى عـلى مجموعـة مـن الافتراضـات، وهـي أن المستهلك عقلاني، ويحاول الحصول على الأفضل مقابل نقوده. وأن دخل الفرد محدود لأن موارده محدودة، ومن ثم فإن اختياراته مقيدة بموارده، وأولوياته، وأسعار السوق السائدة التي تقـف عائقـاً أمـام رغباتـه ويطلـق عليهـا قيـود الموازنـة Budget constraint، وأن تفضـيلاته واضحة للاختيار بين السلع والخدمات، ومن ثم فهو يعرف المنفعة الحدية لكل وحدة إضافية من أي منتَج.[5]

وهذه العقلانية المطلقة المفترضـة في الأشـخاص تسـتلزم مجموعـة مـن الاشـتراطات ليتصف القرار بالعقلانية؛ وأولى هذه الاشتراطات هي المعلومات الكاملة Completeness of

Information، وتعني الوقوف على المعلومات كافة التي تخص السلع والخدمات، فلا يمكن المقارنة بغير هذا الاكتمال المعلوماتي. ويتضمن معرفة جميع الاختيارات المتاحة ونتائجها والاحتمالات المرتبطة بها. وعواقب كل قرار وأثره المستقبلي، ومعرفة كيفية تحليل البيانات وتجميع نتائجها. والثانية، الإدراك الكامل Cognition، وهذا بدهي، فالقدرة على الإدراك والمعرفة هي قاطرة اتخاذ القرار، ولا يوجد أي دور للمشاعر أو العواطف، فالعقلانية المطلقة لا تضَع في اعتبارها المشاعر الإنسانية كافة، كالشعور بالذنب أو الأسف أو التعاطف، فلا وزن لها في عملية صنع القرار. أما الثالثة فهي القدرة الفائقة على الحساب Computation، وتعني القدرة على حساب دالة المنافع لجميع الاختيارات المتاحة، وهذا يستلزم قدرات عقلية فائقة، والقيام بعمليات حسابية معقدة بطريقة سريعة وآنية.[6]

وتَفترِض النظرية الكلاسيكية أن (زيداً) يشتهي البرتقال، وهو في منتهَى العقلانية، ويعرف تماماً عدد حبات البرتقال التي يحتاج إليها ليتحقق له الإشباع، وأنه سيختار أفضل بائع فواكه يبيع بأنسب الأسعار، وسيختار أفضل وأوفر وسيلة مواصلات ليصل إليه، وتتمادَى النظرية في فرضيتها وتقرر أن (زيداً) سيلتزم بعدد حبات البرتقال التي حدَّدها عند الشراء، ولن يشتري أكثر من حاجته مطلقاً.

لكن واقع الحياة يقرِّر أن (زيداً) إنسان لا يُجرِي مثل هذه الحسابات ليأكل البرتقال، (زيد) يشتري البرتقال بالكيلو لا بالحبة، وقد يَمَلُّ من البرتقال بعد تناول الحبة الثالثة، وقد ينسى تناوله في اليوم التالي، وقد يستمر نسيانه، وقد يصاب البرتقال بالعطب ويكون مآله القمامة! لماذا كل هذا؟! لأن (زيداً) إنسان يتذكر وينسى، يُحرِّكه الخوف والطمع. إن النتائج الواقعية لقرارات الناس وسلوكياتهم في التعامل مع المال والوقت أثبتت عدم صحة فرضية الاقتصاد الكلاسيكي.

إن تبلور الاقتصاد السلوكي ما كان لولا القصور الذي بُنِيَت عليه نظرية التحليل الاقتصادي القياسي (الكلاسيكية الجديدة Neoclassical) التي تفترض عقلانية البشر، وأنهم يتصرفون دوماً بطريقة تعمل على تعظيم مصلحة الفرد بما يحافظ على

مصلحة الجماعة، وهذا النموذج العقلاني يفترض وجود عقل قوي قادر على التحليل لا يؤثر فيه شيء، ويصنع قراراً خالياً من أي عيوب، ويصل في النهاية إلى أفضل النتائج، وهذا النموذج المفترَض يقود إلى تحليل اقتصادي غير واقعي، وإلى سياسات عامة لا تحقق الأهداف.

فسلوك البشر -سواء كان في شكله الفردي أو الجماعي- عندما يصدر من مؤسَّسة لا يرتكز على المنطق المثالي، وعقول الأفراد لا تعمل مثل أجهزة الكمبيوتر، ولا تَحسِب التكاليف والعائدات لكل خطوة من الخطوات. سلوك البشر والمؤسسات تحكمه الطبيعة الإنسانية القاصرة، وتتحكم فيه العواطف والمشاعر، وهي الجانب الأهم في السلوك، وتتغلب العاطفة على القرارات والاختيارات.

ويوضح العالم (ريتشارد ثالر) الفارق بين الاثنين؛ سواء كان الشخص قد درس الاقتصاد من عدمه؛ فإن لديه اعتقاداً كاملاً بأنه يطبق أفكار الرجل الاقتصادي أو الإنسان الاقتصادي homo economicus. والفكرة الراسخة في ذهن كل منا أننا نفكر ونختار بطريقة جيدة لا يُجانبها الصواب على الإطلاق، وما نتخذه من قرارات متطابق تمام التطابق مع صورة الإنسان الاقتصادي، كما جاءت في أمهات المراجع الاقتصادية، وكما رسمها علماء الاقتصاد.

إذا ما ألقيت نظرة على كتب الاقتصاد؛ فسوف تعرف أن الإنسان الاقتصادي homo economicus يمكن أن يفكر مثل (ألبرت آينشتاين)، ولديه قدرة على تخزين المعلومات مثل حاسوب آي بي إم IBM بيج بلو، ولديه من الإرادة والعزيمة مثل (المهاتما غاندي)؛ لكن البشر، كما نعرفهم، ليسوا مثل ذلك على الإطلاق؛ فالإنسان العادي -ونحن منهم- لديه صعوبات في القسمة المطوَّلة إذا لم تكن لديه آلة حاسبة، وأحياناً ينسى عيد ميلاد زوجته، وفي دعوات الطعام قد يتناول أكثر مما تتَّسع له معدته، ومن ثَمَّ فإن الواقع يقول إننا لسنا بشراً اقتصاديين، إنما نحن بشر فحسب، لسنا إنساناً اقتصادياً homo economicus، إنما إنسان عاقل homo sapiens، وفي سبيل ضبط المصطلحات فإننا نفرق بين الخيال وهو (الإنسان الاقتصادي)، والواقع وهو (الإنسان)".[7]

إن مصطلح القرار الاقتصادي يتَّسم مدلوله عند القارئ بالجدية الزائدة والعلمية المفرطة، وما إن يطرق مسامع المتلقي حتى تتبادر إلى ذهنه أشكال المعادلات والرسومات البيانية، ويفرّ هارباً من هذه الصورة، معتقداً أنه أمر لا يخصّه ولا يعنيه، إنما هو أمر من اختصاص أهل التخصُّص. فالقرار الاقتصادي يتخذه مليارات البشر يومياً منذ صحوهم وحتى نومهم، كلنا نتخذ مثل هذه القرارات، ربة البيت وهي تتسوق احتياجات بيتها وتفاضل بين المنتجات، ورب الأسرة، وصاحب البقالة، وسائقو الأجرة، والأطباء، وأصحاب الأعمال، ورؤساء الدول، وكذلك الأطفال.

بالنظر إلى سلوك الأطفال الرضَّع يلاحَظ، أن هذا الصغير ذا العام الواحد يتصرف تلقائياً تصرفات اقتصادية؛ فهو يعرف ألَّا شيء في الحياة دون تضحية أو تكلفة، وبالتالي يوازن بميزان دقيق بين التكلفة والعائد، فهو يريد أن تحمله أمه لكنها مشغولة، ومن ثَمَّ لا تُحقِّق له المنفعة، وليس لديه وسائل للضغط عليها سوى (الصراخ)، وبرغم أن الصراخ مؤلم بالنسبة إليه فإن العائد منه يبرر هذه التكلفة، وبعد فترة من الإلحاح في الطلب تضطر أمه إلى حمله، وهو بذلك يكون قد عقد صفقة اقتصادية ناجحة؛ قليل من الصراخ مقابل منفعة هائلة من الاسترخاء على صدر أمه!

فإذا قررت الأم انتهاج بعض الصرامة لتعويده على الاعتماد على النفس بتركه يصرخ دون نتيجة؛ فإنه يكتشف أن جدته أكثر ضعفاً، فما يكاد يصرخ حتى تسرع الجدة إليه لتحمله، وأدرك هذا الصغير الفرق بين السوقين؛ فهو يصرخ عندما يرى جدته، ولا يفعل الشيء نفسه مع أمه؛ فهو قد اكتشف أن هناك سوقاً جديدة (مع الجدة) تُقدِّم أسعاراً للخدمة أفضل (صراخاً أقل) مما هو معروض في سوق الأم.[8]

والقرارات التي نتخذها تتباين بين قرارات عقلانية وأخرى غير عقلانية، بعضها يوافق العقل وأخرى تستعصي على التوفيق والملاءمة، وقرارات تصب في المصلحة وأخرى تضر، ومنها ما يحقق العدالة وأخرى ظالمة، لقد تبيَّن أن عقول وسلوكيات البشر أكبر من أن تحتويها النظرية الاقتصادية الكلاسيكية.

جاء علم الاقتصاد السلوكي؛ ليوضح أن فرضيات الاقتصاد الكلاسيكي فرضيات غير واقعية، فرضيات بناها علماء الاقتصاد على ما هو داخل عقولهم من علم. نعم! صحيح أنهم حلَّلوا النماذج الموجودة بالفعل، سواء على الجانب الاقتصادي أو المالي، لكنهم لم يُحلِّلوا عقلية متخذ القرار ونفسيته، وقيوده العقلية والمعرفية، ومجتمعه، والبيئة المحيطة به وما تعرضه له من مؤثرات وهو يتَّخذ القرار.

ويقرر أن ما يقود قرار الفرد العادي ويحركه العديدُ من الخصائص النفسية والسلوكية والعقلية والاجتماعية. وقام علماء النفس والاقتصاد بدراسة الخصائص التي تتدخل في صنع القرارات لأكثر من مئة عام، وكذلك الكتَّاب والمفكرون أَدْلُوا بدلوهم، لكن الأبحاث الأكثر أهمية ظهرت نتائجها خلال الأعوام الثلاثين الماضية.

يُعَدُّ علم الاقتصاد السلوكي الآن بمنزلة العلم الجديد الذي يضع نظرية اقتصادية واقعية حديثة، وهذا التطوُّر جاء من خارج العلم وليس من داخله؛ إذ يحاول الاقتصاد السلوكي تغيير الطريقة التي يفكر بها علماء الاقتصاد التقليدي حول تصورات الأفراد وإدراكهم القيم المختلفة، وكيف يختارون اختياراتهم التي – في كثير من الأحيان– لا تعبر عن رغباتهم الحقيقية. ومن وجهة نظره وتحليلاته ونظرياته، فإن البشر لا يهتمون دوماً بما يحقق مصلحتهم المباشرة، ولا يسعون إلى تعظيم الفوائد وزيادة المنفعة، ولا يُرشِّدون من النفقات، ولا يُقلِّلون من التكاليف، وبالطبع لا تستقر تفضيلاتهم، فهي دوماً في تَغيُّر مستمر.

والعديد من الخيارات والقرارات في الحياة اليومية ليست نتيجة التفكير المتأني، فتفكيرنا نحن معشر البشر عُرضَة للمعلومات غير الكافية، ويتأثر بشدة بالخبرات المرتدة، وضعف القدرة على معالجة المعلومات، والقرارات التي نتخذها يتدخل فيها عدم التيقُّن الذي يتأثر بالسياق المحيط. وأغلب اختياراتنا ليست نتيجة الفهم الدقيق والتفكير العميق؛ فنحن نتأثر بالمعلومات المتاحة بسهولة في الذاكرة، والتأثيرات التي تحدث في داخلنا تتولد تلقائياً، ونتأثر بالمعلومات البارزة في البيئة التي تفرض نفسها على تفكيرنا.

ونعيش اللحظة الراهنة، ونقاوم التغيير بشدة، ونفتقد القدرة على التنبؤ بالمستقبل وانعكاسات اختيارات اليوم على سلوكنا المستقبلي، حتى إن ذاكرتنا لا تسعفنا في كثير من الأحيان التي تتأثر كثيراً بحالتنا الفسيولوجية والعاطفية.

البشر كائنات اجتماعية تحيا في ظل الجماعة ولنا تفضيلاتنا الاجتماعية، وفي الوقت نفسه لدينا قواعد تحكم علاقاتنا بالآخرين، مثل الثقة، والرغبة في المعاملة بالمثل، وفي الإحساس بالعدالة، ونتأثر بشدة بالأعراف الاجتماعية، ولدينا رغبة في الشعور بالانسجام والتناغم والاتساق الذاتي.

ويمكن إجمال بعض الفروق بين الاقتصاد الكلاسيكي والاقتصاد السلوكي، فالاقتصاد الكلاسيكي لم يضع في حساباته النظرة الواقعية للوحدات الاقتصادية، فيتصور أن الناس لديهم قدرة كافية على الوصول إلى المعلومات ومعالجتها بكفاءة وفاعلية، والوقت الكافي لاتخاذ أفضل القرارات، ولديهم القدرة على تحديد التأثيرات المستقبلية للقرارات الحالية. ويهتم كثيراً بتعظيم الدخل والثروة، ويحكم تحركات الناس فيه المصلحة الذاتية وهذه هي الطريقة العقلانية الوحيدة. ومقدار ما يبذله الناس من جهد في العمل هو مقدار ثابت في نقطة ما، ومن ثم فلا تغيير في طريقة العمل، والإنتاجية لا يمكن أن تتأثر ببيئة العمل.

وينظر الاقتصاد الكلاسيكي إلى الناس بأنهم متشابهون ومتطابقون، وأن الأسواق تتمتع بالكفاءة الكاملة، وما يحكمها هي قوى العرض والطلب. ويفترض في تعامل الناس مع المخاطرة Risk؛ أنهم يضعون في حساباتهم كل النتائج والاحتمالات والمنافع الممكنة لكل نتيجة، ويضربون الاحتمالات في المنافع، ويحسبون تكلفة الفرصة البديلة، مما يُعَظِّم من المنفعة المتوقَّعة.[9]

بينما الاقتصاد السلوكي، ينظر إلى القرارات نظرة واقعية؛ إذ إن الناس ليست لديهم كل هذه القدرات، وعقلانيتهم محدودة بالقيود المختلفة، ولا يستطيعون دائماً تقدير النتائج المستقبلية لقرارات الحاضر بسبب ظروف عدم التيقن. ويولي الاقتصاد السلوكي اهتماماً

كبيراً بالجوانب الاجتماعية والاقتصادية مثل العدالة والرعاية الصحية ومساعدة الآخرين، ويرى أن الناس تحركهم المصلحة الذاتية، بالإضافة إلى التضحية والأخلاق. ويعترف الاقتصاد السلوكي بأن أداء الناس لأعمالهم يتأثر بالبيئة المحيطة والتفضيلات الشخصية، وهو ما ينعكس على الإنتاجية والتكاليف. ومن وجهة نظره أن الناس يتباينون في أذواقهم ورغباتهم. ويرى أن الأسواق غير فاعلة حقاً، وتتأثر بنفسيات المتعاملين فيها. والخيارات الاقتصادية فيه لا يمكن تفسيرها من خلال تطبيق نظرية الخيارات المعيارية القائمة على بدهيات التفضيل Axioms of preference.[10]

وتتبنى الدراسة تعريف علم الاقتصاد السلوكي Behavioral economics بأنه "علم الاقتصاد الذي يوظِّف علم النفس وعلم الاجتماع وغيرهما من العلوم الإنسانية التطبيقية، والرؤى المستمدة منها – سواء النفسية، أو العقلية، أو المعرفية، أو العاطفية، أو الطبيعية، أو الاجتماعية، أو الثقافية– في تحليل كيفية اتخاذ القرار الاقتصادي للوحدات الاقتصادية المختلفة. ويرتكز في تحليله على النظريات والمبادئ والعيوب السلوكية والتجارب العلمية؛ للحكم على القرار، ومدى عقلانيته وتحقيقه المنفعة، ويسعى إلى تحديد الآليات العقلية التي تقود الاختيار العام للبشر، وكيفية الإفادة من ذلك في المصلحة العامة، ويقترح نماذج متنوعة لأصوب القرارات".

ثانياً: ملامح عامة للاقتصاد السلوكي[11]

يوظِّف علم الاقتصاد السلوكي العديد من النظريات الوصفية المبنية على التجارب النفسية والاجتماعية والتحليلات المتعمقة لفهم كيفية صنع القرار الاقتصادي الإنساني في الحياة اليومية، وقد نتج عن تلك النظريات مجموعات محددة من "التحيزات Biases" و"الاستدلالات Heuristics" وهي في الأساس ناتجة عن الطريقة التي يفكر بها الناس، وانعكاس لشعورهم النفسي وحالتهم المزاجية أثناء التعامل مع المال والوقت. ولا يوجد حصر جامع مانع لهذه التحيزات والاستدلالات، إنما تطل علينا الأبحاث بالجديد كل يوم.

تعد إحـدى البـدايات البسـيطة في الاقتصـاد السـلوكي في القـرن الثـامن عشـر (1759) بمعرفة آدم سميث Adam Smith إذ أورد في كتابه "نظرية المشـاعر الأخلاقيـة" تفسـيرات نفسـية لسلوك الفرد بما فيه مسائل حول العدالة والإنصاف والمساواة وقرر أنها دوافع مهمة في المعاملات، وتناول التعاطف (الإيثار) بأنـه إحـدى أهـم العواطـف التـي تحرك الناس وتظهر وهم يتعاملون مع الأموال، وأن النفس البشـرية لا تخلو مـن العيـوب والتي قد تؤثر في قرارات الشخص الاقتصادية.[12]

وفي فترة الكساد العظـيم، ذكـر اقتصـاديون مثـل إيـرفينج فيشـر Irving Fisher وفيلفريـدو بـاريتو Vilfredo Pareto أن العامـل "البشـري" في عمليـة صـنع القـرار الاقتصادي قد يكون تفسـيراً محتملاً لانهيار الأسواق عام 1929.

وأشار موريس آليـه Maurice Félix Charles Allais[13] (الحـائز جـائزة نوبـل في العلوم الاقتصادية عام 1988) مبكراً إلى قصور الاقتصاد الكلاسـيكي، وكان ذلك في عام 1951؛ إذ أشار إلى أنه في بعـض الحـالات يختلـف السـلوك الحقيقـي بشـكل ممـنهج عـن التنبؤات التي أوضحتها نظرية المنفعة المتوقعة المبنية على افتراض العقلانية المطلقـة، وتُعَـدُّ دراسة "آليه" من البدايات النظرية للاقتصاد السلوكي.[14]

وجاء في كتاب ميلتون فريدمان Milton Friedman في عام 1953 أن الأفراد العـاديين ليس بمقدورهم حل المشكلات الاقتصادية المعقدة التي تقابلهم يومياً في التـوِّ واللحظـة، لكنهم يتصـرفون كما لو كان بمقـدورهم ذلـك، وفي بعـض الأحيـان يتخـذون قـرارات عقلانية بفضل المزج بين الخبرة وبعض المعارف المختصـرة Cognitive short-cuts.[15]

وقد صاغ العـالم هربـرت سـيمون Herbert A. Simon، الحـائز جـائزة نوبـل في العلوم الاقتصادية 1978، مصطلحاً جديداً وهو العقلانية المحدودة Bounded Rationality، وترتكز نظريته على فكرة "كيفية صنع القرار"، ويرى أن عقلانية الأفـراد ليسـت مطلقـة، إنما هي محدودة بالمعلومات المتاحة، والحـدود المعرفيـة، والوقـت المتـوافر لاتخـاذ القـرار. وعملية صنع القرار. وبوصفها عملية عقلية بحتـة ونتيجـة للقصـور في مـدخلات صـنع

القرار، يلجأ مصدره إلى تبسيط الخيارات المتاحة. واستخدم سايمون "المقص" مثالاً للتوضيح؛ فإحدى ذراعيه هي محدودية المعرفة cognitive limitations، ويتصف بها جموع البشر، والآخر هو هيكل البيئة المحيطة structures of the environment، وعلى ذلك إذا زادت المعلومات وتغيرت البيئة المحيطة؛ فلا شك في أن القرار سيكون مختلفاً.

وبالتالي، فإنه يمكن تخطي مشكلة إيجاد الحلول المثلى -البالغة الصعوبة- عن طريق الاستعاضة عنها بمشكلة أبسط، وهي استيفاء مجموعة من القيود المفروضة ذاتياً. ويرى سيمون أن معظم الناس عقلانيون جزئياً في بعض قراراتهم، وغير عقلانيين فيما تبقَّى من قرارات؛ فيقول: "خبرات الوحدات الاقتصادية -التي توصف كلها بالعقلانية المحدودة وهي تعالج وتحل المشكلات المعقدة- لا يكون أمامها سوى تلقِّي المعلومات receiving، وتخزينها storing، واسترجاعها retrieving، ونقلها transmitting. وتقترح النظرية على الوحدات الاقتصادية استخدام الاستدلال لصنع القرار بدلاً من السعي خلف قاعدة صارمة مثالية وغير واقعية. ويلجأ البشر إلى ذلك بسبب تعقُّد الحالات التي تُعرَض عليهم في حياتهم اليومية، وعدم قدرتهم على معالجة وحساب الفائدة المتوقعة من كل تصرف وآخر، وقد تكون تكاليف التفكير المتأني والطويل مرتفعة، وكثيراً ما تكون هناك أنشطة اقتصادية أخرى متزامنة تحتاج هي أيضاً إلى اتخاذ قرارات.

ولم يقف تطبيق هربرت سيمون لنظريته عند حدود الإنسان الطبيعي، بل امتد إلى المؤسسات (الشخصيات الاعتبارية)، ويرى أنه ينبغي أن يكون القرار الإداري قابلاً للتنفيذ الفعلي باستخدام مجموعة من الوسائل المتناسقة بين بعضها، ويرى أن نظرية الإدارة هي إلى حد كبير نظرية لصنع القرار البشري، وعلى ذلك يجب أن تستند إلى الاقتصاد وعلم النفس، فيقول: "إذا لم تكن هناك حدود توضح نظرية العقلانية الإنسانية الإدارية؛ فإنها ستكون جوفاء، وسوف تتكون من مبدأ واحد، هو اختيار بديل واحد دائماً من بين البدائل المختلفة".[16]

وهذه الفكرة النيرة للعقلانية المحدودة هي التي ارتكز عليها عمل ريتشارد ثالر حول المحاسبة العقلية Mental Accounting،[17] وألهمت أعمال سيمون أيضاً العالم

رينهارد سولتن Reinhard Selten (الحائز جائزة نوبل في العلوم الاقتصادية عام 1994)؛ فعمل على التدقيق في تأثير العقلانية المحدودة في سلوك الشركة بالاشتراك مع ساورمان عام 1962. وقدَّمَ العالم سولتن بالاشتراك مع العالم بيرج في عام 1970 أدلة تجريبية على النتائج المترتبة على الانحرافات عن السلوك الاقتصادي العقلاني.[18]

ويستخدِم الاقتصاد السلوكي نظرية العقلانية المحدودة في تبيان الاختصارات العقلية التي تلجأ إليها الوحدات الاقتصادية المختلفة بالفعل لمساعدتها على زيادة فاعلية القرارات. وإحدى المعالجات لهذه النظرية جاءت من ريتشارد ثالر (الحائز جائزة نوبل في العلوم الاقتصادية عام 2017)؛ وكاس سانشتاين في كتابهما "الوكزة"، واقترحا فيه فكرة هندسة الاختيار choice architecture التي تطورت في ضوء العقلانية المحدودة لبني البشر.[19]

أما نظرية الاختيار العقلاني فهي إطار لفهم السلوك الاجتماعي والاقتصادي، وتضع نموذجاً معتمداً لهما. وأساس هذه النظرية أن السلوك الاجتماعي يُعَدُّ نتيجة لنتائج سلوك كل الوحدات الاجتماعية الفاعلة، وكل منها على حِدة تتخذ قراراتها الفردية وتتضافر فيما بينها، وينتج عنها القرار الفردي؛ أي إن سلوك الوحدة (فرداً كان أو منظمة) هو انعكاس لسلوك البيئة المحيطة. وتركز النظرية على محددات الخيارات الفردية أو ما يعرَف باسم النزعة الشخصية المنهجية Methodological Individualism، ومن أهم علمائها جاري بيكر Gary S. Becker (الحائز جائزة نوبل في العلوم الاقتصادية عام 1992)؛ وتناولتها بالدراسة الكثير من كتب الاقتصاد حال معالجتها لكيفية صنع القرار الاقتصادي.[20]

ومن أهم أبحاث الاقتصاد السلوكي ما نال عنه العالم دانيال كانمان Daniel Kahneman جائزة نوبل في العلوم الاقتصادية عام 2002 بحث بعنوان الاستدلالات والتحيزات، الجوانب النفسية للحكم الحدسي Heuristics and Biases, the psychology of intuitive judgment، وكان للبحث تأثير خاص في صانعي السياسات في حكومات

كثيرة. ويتلخص في أن البشـر غير عقلانيين، وعُرضَة للأحكام غـير الدقيقـة التـي قـد لا تصب في مصلحتهم المباشـرة، وغالبـاً مـا تكـون القـرارات التـي تُتَّخـذ في غمضـة عـين تخدمهم جيداً في الحياة اليومية، ولكن بالنسبة إلى القـرارات الأكثـر تعقيـداً، المطروحـة في العصـر الحديث؛ فالبشـر لهم نماذج فكرية غير مرئية تسبب الحيرة والإحبـاط فـيما يتعلـق بتلك القرارات.

ووجد العالمان كانمان وآموس تيفرسكي أن الأفراد حين يواجهون حالة مـن عـدم التـيقن فـإنهم لايتصـــرفون عقلانيـاً ولا حتـى عشـوائياً أو بصـورة متخبطـة، بـل إنهـم يتصـرفون بطرق مؤكدة ومسندة وقابلة للتنبؤ. ويستخدمون طرقهم العقلية المختزلة جداً أو يلجؤون إلى حساباتهم التقريبية عن طريق قواعد الإبهام rules of thumb أو الأحكـام المبنيـة عـلى التجربـة العمليـة، لا عـلى المعرفـة العلميـة، وأطلقـا عليهـا الاسـتدلالات Heuristics أو الأفعال الموجهة.[21]

ويشـرح العالم دانيال كانمان فكرة الجوانب النفســية في صـنع القـرار عـلى أسـاس منهجية التفكير التي يستعملها البشـر من منظـور نفســي وعقـلي The Psychology of decision making التي تتمثل في أن العملية المعرفيـة للأفـراد تـتم مـن خـلال نظـامين. ووضع نظرية النظام المزدوج Dual-System Theory؛ وتفسـر هذه النظرية الكيفية التـي يتم بها فهم وإدراك ظاهرة ما، وذلك نتيجة لعمليتين عقليتين مختلفتين تتمان بطريقة ضمنية تلقائية automatic غير واعية. وأخرى صـريحة متحكم فيها controlled واعيـة؛ فتكـون عمليات التعبير اللفظي الصـريح أو المواقف الحياتية أو الأفعال الطبيعية في الحياة متغـيرة مع تغير القدرة على الإقناع أو التعليم. ومـن ثـم؛ فـإن مواقـف الحيـاة -وهـي عمليـات ضمنية- عادة ما تستغرق وقتاً أطـول لتتشـكل ثـم تصـنع عـادات جديـدة، ووظفـت في الاقتصاد السلوكي بمزجها مع نظرية الاحتمال.[22]

وأسهمت هذه النظرية إسهاماً كبيراً في تشكيل الاقتصاد السلوكي؛ وتولَّدت عنهـا نظريات لعبت دوراً مهماً في عمليـة صـنع القـرارات السـياسـية، ومـن تطبيقاتهـا: تـأثير

الإتاحة Availability Affect وما نتج عنه من أفكار المعرفة المبتسرة Cognitive - Shortcuts، والتحيز للوضع الراهن Status Quo Bias، والجمود Inertia.

وتُعَدُّ الأبعاد الزمنية Temporal Dimensions من العناصر المهمة في صنع واتخاذ القرار، ومن ثم في الاقتصاد السلوكي؛ فالبشر بطبيعتهم لهم مجموعة من التحيزات التي تقود قراراتهم، ومنها التحيز للحظة الحالية Present Bias، وعدم احتساب الزمن Time Discounting، وافتقار القدرة على التنبؤ بخبرات المستقبل وحسابات القيمة، ووجود مسافة عقلية بين "أنا اليوم Present self" و"أنا المستقبل Future self"، ويتحيزون للتنوع Diversification Bias. ومن جوانب صنع القرار رغبة الأفراد وميلهم للتنبؤ بالمستقبل، وانعكاسات ضعف وقوة الذاكرة على ذلك.

ولا يفترض الاقتصاد السلوكي قيام الفرد باتخاذ قراره بمعزل عن الأبعاد الاجتماعية Social Dimensions التي يحيا في إطارها، دون أن يحاول خدمة رغباته وتطلعاته. فبجانب تأثير المعرفة والأبعاد العاطفية، هناك القوى الاجتماعية. فقرارات الأفراد تتدخل فيها البيئة الاجتماعية؛ فهناك الثقة والخيانة، والرغبة في العدالة، ووضع الفرد نفسه مكان الآخر، والأعراف الاجتماعية Social Norms، والسياق الاجتماعي Social Context، وهذا بخلاف "التعميم"، وأخذ أفكار مسبقة والتعامل على أساسها، وأخيراً الجوانب الأخلاقية.

يميل البشر فطرياً إلى القفز نحو النتائج، ويتأثرون في ذلك بالمعلومات الأكثر قرباً، ويطلق على ذلك الاستدلال المعرفي بالمتاح availability heuristic، ثم يعيد الفرد ترتيب وتنظيم وتركيب الماضي من خلال السرد الخاطئ narrative fallacy، ويقول لنفسه استناداً للتحيز للإدراك المتأخر hindsight bias إنه كان يعرف أن هذا كان سيحدث. وعلى ذلك، وعندما يفكر الأفراد بهذه الطريقة في الأمور الإحصائية أو الأرقام أو المسائل الإنسانية التي تحتاج إلى التحليل الرقمي أو عند تعاملهم مع الأموال وإدارتها؛ فإنهم يتأثرون بدرجة تُنذِر بالخطر في التعامل مع الأرقام بشكل عشوائي؛ ويكونون عرضة للتأثر بالإرساء anchoring effect.

ولتوضيح مثال للقرارات غير العقلانية في السياسة العامة، نلقي الضوء على ما تقوم به الحكومة البريطانية؛ إذ تنفق 2.5 مليار جنيه إسترليني على علاج الأمراض الناجمة عن التدخين، بينما تنفق أقل من 150 مليون جنيه إسترليني على مكافحة التدخين، ونحو 2.7 مليار جنيه إسترليني على الإفراط في استهلاك الكحول، بينما تنفق 8.7 مليون جنيه إسترليني للترويج للمشروبات الصحية البديلة، مقارنة بـ 800 مليون جنيه إسترليني أنفقتها الشركات المنتجة للكحوليات للترويج لمنتجاتها.

فقرار الحكومة البريطانية بعدم الإنفاق الكافي على مكافحة التدخين يتصف بالعديد من الصفات السلبية التي تصيب القرار الاقتصادي بالعوار وعدم الحكمة، ويقدم نموذجاً سلوكياً غير عقلاني؛ إذ لم يضع في حساباته تكلفة الفرصة البديلة، ويستند إلى الاستدلال المعرفي المتاح؛ فالحكومة لديها الخطة الجاهزة للإنفاق على الأمراض الناجمة عن التدخين، وليس لديها الخطة المقابلة لمكافحته. وترتكز على السرد الخاطئ في عرض المشكلة وكيفية مواجهتها. وأخيراً تحيزت الحكومة البريطانية للإدراك المتأخر بأنه كان من الأوفق لها أن تنفق على مكافحة التدخين بدلاً من الإنفاق على علاج أمراضه. وهنا تتأكد فرضيات الاقتصاد السلوكي في أنه حتى الحكومات -بما أن القائمين عليها هم بشر- تقع في فخّ التعامل العشوائي مع الأرقام والإحصائيات والأموال.

ثالثاً: ارتباط الاقتصاد السلوكي بالعلوم الأخرى

يُعَدُّ علم الاقتصاد السلوكي نموذجاً مثالياً لمصطلح Interdisciplinary، ويقصد به التداخل بين أكثر من علم لصناعة علم جديد، أي خلق سياق جديد بين التخصُّصات المختلفة. ويقع الاقتصاد السلوكي في مجال أكبر، ويتكون من العلوم الاجتماعية والسلوكية، وما يتداخل معه لتفسير النماذج السلوكية الاقتصادية: علم النفس، والعلوم العقلية والعصبية، وعلم النفس الاجتماعي، ونظريتا الاقتصاد الجزئي والكلي.

يرتبط الاقتصاد السلوكي بالاقتصاد التجريبي Experimental Economics الذي يُعَدُّ نقلة نوعية كبرى للاقتصاد، وبدأ يأخذ مكاناً متقدماً، وتم إجراء العديد من التجارب

على القرود باستخدام نقود أُطلِق عليها "نقود القرود Monkey Money"، إذ تـم إجـراء تجارب لفهم سلوك القرود أثناء قيامهم بالمعاملات الاقتصادية، وفي حالـة تحقّـق تقـدُّم في هذه التجارب؛ فلا شك أنها سوف تغير الكثير من المفاهيم العلمية والاقتصادية.

قام فريق بحثيّ بجامعـة يـال يضـم كـلاً مـن كيـث شـين Keith Chen's أسـتاذ الاقتصاد، ولوري سانتوس Laurie Santos أستاذة علم النفس بالجامعة والمتخصصـة في الإدراك المقارن) في عام 2005 بتعليم 7 قرود (4 إناث و3 ذكـور) مـن نـوع الكابوتشـين capuchin كيفية استخدام النقود، داخل معمل في مستشفى نيوهاڤن.[23]

وكانت الخطوة الأولى هي تعليم القرود أن عملة القرود لها قيمة، وأعطى الباحثـان القرد قطعة نقدية ثم أظهرا لـه قطعـة حلـوى أو حبـة فاكهـة، وكلـما أعـاد القـرد النقـود للباحث، حصل على الحلوى. استغرق الأمر أشـهراً عـدة حتـى تعلّمـت القـردة في نهايـة المطاف أنّ هذه العملات يمكن أن تشـتري الحلـوى. واكتشـف البـاحثون أن لكـل قـرد تفضـيلاته الخاصة به من الحلوى والفاكهة. وهناك قدر من العقلانية التـي اسـتجابت بهـا القرود الأخرى للتغيرات في السعر. فعندما يرتفع سعر نوع من الطعـام، تشـتري القـرود القليل منه، وعندما ينخفض السعر، تشتري المزيد. وأظهرت القرود أيضاً ملامح لتجنّـب الخسارة Loss aversion.

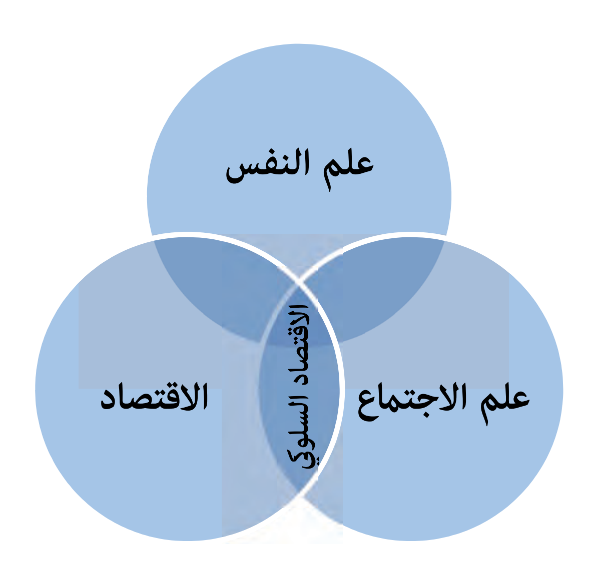
وألقت الدكتورة لوري سانتوس على منصة تيد محاضـرة عنوانها "اقتصـاد القـرود غير عقلاني كاقتصاد البشـر A monkey economy as irrational as ours". أوضحت فيها أن الإنسان يرتكب الحماقات ويتخذ قرارات خاطئة لأن البيئة الحالية التي يعيش فيهـا أصبحت معقدة بدرجة كبيرة لا تسمح له بدراسة كل الاختيارات واختيار الأنسـب، وأن اختياراته نابعة من خبرات متراكمة وأسباب بيولوجية متوارثـة لا دخـل للتكنولوجيـا أو البيئة فيها.[24]

امتدت استعانة الاقتصاد السلوكي بالعلوم المختلفة لتشـمل علـم الأنثروبولوجيـا anthropology (علم الإنسان)، وما انبثق عنه: وهو علم التطورات الإنسانية، الذي يُعَـدُّ

مهماً لفهم التعاملات فيما بين البشر، خاصة في نظرية اللعبة السلوكية behavioral game theory.[25] وفي سياق متصل قام علماء النفس المهتمون بأصل تطور الظواهر بدراسة ما تناوله علماء الاقتصاد السلوكي بالدراسة، كما حدث في دراسة التحيزات السلوكية لدى القرود.[26]

وقد جادل علماء النفس المتخصصون في دراسة التطورات الإنسانية، في فرضيات العقلانية التي أتى بها الاقتصاد السلوكي، ومن وجهة نظرهم؛ فإن الأحكام والقرارات التي يتخذها بنو البشر، وإن كانت تبدو غير عقلانية، لكنها تؤدي وظيفتها على النحو المطلوب منها، فهذه القرارات متكيفة وظيفياً مع الموروثات التي أتت من الأسلاف؛ إذ إن استخدام الاستدلالات المعرفية المختصرة - على سبيل المثال- يُعَدُّ وسيلة فاعلة للبشر للاستفادة من محدودية المعرفة والقدرات المحدودة لمعالجة المعلومات.

شكل (1-1)
يوضح التداخل فيما بين العلوم المختلفة
وتكوين الاقتصاد السلوكي



وهذا التوجه الفكري يتشابه مع ما يقوله هربرت سيمون؛ من أن الناس يميلون إلى اتخاذ قراراتهم عن طريق المزج بين عنصرين: الأول، هو كونها كافية لتحقيق الغرض ومُرضية لتحقيق الراحة النفسية، وأطلق سيمون على هذه الطريقة: satisficing (الكافية/ المُرضية) أكثر من ميلهم إلى اتخاذ أفضل القرارات وأكثرها نفعاً؛ حيث تكون قراراتهم على هذا النحو في كثير من الأحيان كافية في ضوء التكاليف والقيود المفروضة على الاختيار.[27]

وقد تم أيضاً تطبيق وجهة نظر علماء التطورات الإنسانية على تأطير القرار Framing؛ إذ تَبيَّن أن التأطير لعب دوراً في النموذج الكلاسيكي بشأن إحدى إشكاليات القرارات مثل عدد "الأرواح المفقودة" و"الأرواح التي أُنقِذت"؛ فمشكلة القرار المحفوف بالمخاطر يمكن أن تتغير وفق عدد الأرواح التي على المحك، فيوجد تأثير عكسي لتفضيل المخاطرة بطريقة غير عقلانية عندما يكون العدد 600 أو 6000، لكنَّ هذا التأثير يختفي عندما ينخفض العدد إلى 6 أو 60. وذلك بحسب الإطارالذي تصاغ فيه المشكلة.

وترى نظرية التطورات الإنسانية أن أنماط تفكيرنا قد تطورت في بيئات يُطلَق عليها: "تجميعية – اصطيادية hunter-gatherer" التي تشمل مجموعات صغيرة من البشر؛ فالصورة ليست دائماً كما تبدو. فالإنسان – بمجرد مولده – يتعامل مع عدد محدود وقليل من المحيطين به وهم من يتلقى منهم المعارف والخبرات، ومع امتداد عمره يتزايد العدد تدريجياً.[28]

ويرتبط الاقتصاد السلوكي أيضاً بعلم الاقتصاد العصبي Neuroeconomics. وفتحت التطورات في مجال علوم الأعصاب آفاقاً واعدة لفهمٍ أفضل للعقل البشري.[29]

وقد شهد العقد الأخير زيادة هائلة في أبحاث الاقتصاد العصبي. والهدف منه هو دراسة صنع القرار والدماغ عن طريق المزج بين المناهج العلمية لعلوم الأعصاب والاقتصاد والنفس، ونقدم فيما يأتي أمثلة لنتائج هذه الأبحاث:

- الناس على أتم الاستعداد للتضحية بالمزيد من المال لمنع الألم عن الآخرين، أكثر من استعدادهم للتضحية به لأنفسهم؛ أي أنه شكل من أشكال الإيثار، فيعطي الشخص أولوية للآخرين عن نفسه. زيادة كمية السيراتونين في أدمغة المشاركين في التجارب أدت إلى زيادة تجنب الضرر، سواء تجاه الشخص نفسه أو تجاه الآخرين. في حين أن زيادة الدوبامين أدت إلى تقليل تجنب الضرر للآخرين فحسب.[30]

- يمكن التنبؤ باختيارات المستهلكين فيما بين المنتجين بواسطة استخدام نموذج يعتمد على مقدار الوقت المخصَّص للنظر إلى منتج ما (ويتم قياسها بتقنية تتبُّع للعين أثناء نظرها للسلع) مقارنةً بالمعلومات عن علامة تجارية شهيرة، وبالاستناد إلى هذه البيانات يتم تحديد الأهمية النسبية (الوزن النسبي) لتفضيلات منتج من الناحية الموضوعية، وكذلك معلومات العلامة التجارية الشهيرة في اختيار المستهلك. وفي الاختيارات الثنائية التي يقوم بها أكثر من شخص، الانتباه يقود الاختيار أكثر من تأثير الاختيار في الانتباه.[31]

- إن تجار الأدوات المالية الخاضعين لتأثير هرمون التستوستيرون (مقارنة بالبلاسيبو) سوف يشاركون في المزيد من المزايدات ذات المنافسة لوقت أطول، ويقلِّلون من الاعتداد بقيم الأصول المالية الأساسية في قراراتهم التجارية على مدار الوقت، ويفكرون في أنفسهم باعتبار أنهم أكثر موهبة (بدلاً من مجرد الحظ حليفهم)، وقد تشكلت الفقاعة المالية في عام 2008 التي أطلِق عليها "التراجع العظيم" The Great Recession في إطار مجموعة كبيرة من التستوستيرون بسرعة وتحطمت في نهاية المطاف.[32]

- إن الألم المترتب على دفع النقود هو تجربة نفسية مؤلمة، وهذه النتيجة تم التوصل إليها من خلال تجربة أجريت في بحث يتناول المقارنة بين دفع النقود مقابل الألم البدني، بالإضافة إلى القشرة الخارجية والتلاعب بالبلاسيبو (استخدام عقار وهمي بإقناع المشارك في التجربة أنه يُسهِم في شفائه)، وفي هذه التجربة الأخيرة، كان المشاركون

الذين اعتقدوا أنهم تناولوا حبوباً تعزز الألم النفسـي على استعداد لدفع مبلغ أكبر من أولئك الذين تم منحهم مسكنات للألم النفسـي.[33]

وعلى الرغم من التطورات التي شهدها الاقتصـاد السـلوكي، فإنـه لا تـزال هنـاك حاجة ماسة إلى إجراء المزيد من البحـوث عَـبْر الثقافـات المختلفـة لتحديـد مـدى عالميـة النظريات السلوكية، ومدى انطباقها على الأجزاء المختلفة من العالم.[34]

وقد أشارت الأبحاث إلى أن هناك عدم تنـاغم بـين الإنسـان البشـري والإنسـان الاقتصادي، وذلـك عنـد المقارنـة بـين أسـاليب التفكـير التحليليـة في الغـرب الأوروبي والأمريكي، وأساليب التفكير الشمولية أو الكلية أو العامة السائدة في الشـرق. وبـالطبع فإن حاجة مجتمعاتنا العربية إلى مثل هذه الأبحاث كبـيرة؛ حيـث يميـل منطـق التفكـير في الثقافات الشـرقية إلى التأثر أكثر بالسـياقات المختلفة والمحيطة؛ حيث يميل الناس أكثر إلى استخدام حَدْسِهم أو التخمين أو تحكيم العواطف والأهواء إذا كان الأمـر يتعـارض مـع العقلانية الصـريحة، أو لقبول الاختلافات في السلوك في المواقف المختلفة.[35]

وتُعَدُّ الثقافات ذات الوجدان الجمعي المترابط بمنزلة الراعي الرسمي لما يسمى شبه الاعتماد الذاتي؛ حيث يرى الأفراد أنفسهم أكثر ارتباطاً بالآخرين. وبالطبع، فإن هذا عـلى عكس ما يدعو إليه فكـر الإنسـان الاقتصـادي الـذي يهـتم بالأنانيـة؛ إذ تميـل الشـعوب الشـرقية إلى الاستئناس بآراء الآخرين والتدخل في قراراتهم حتى يُكسِبوا هـذه القـرارات نوعاً من الشـرعية بارتباطهـا بالسـياق الـذي يعيشـون فيـه، ومتناغمـة مـع متطلبـات مجتمعهم.[36]

إن العلاقة بين الأبحـاث النوعيـة Qualitative Research والاقتصـاد السـلوكي وطيدة، فالأبحاث النوعية في تعريفها – كما ساقته شيلا كيجان – هي فهم مغزى السلوك؛ أي لماذا يسلك الأفراد والمجموعات هذا السلوك أو يفكرون بهذه الطريقـة؟ وهـذا يعنـي ارتباط الاقتصاد السـلوكي بالدراسـات التـي تتنـاول العناصـر الشخصـية، وتتضـمن مستوى المعرفـة والتعلـيم والموقـف السـلوكي والعـادات والـروتين والخـبرات السـابقة

والعوامل الاجتماعية الديموغرافية والعناصر الاجتماعية، وكيف يتأثر الناس والمؤسسات والدول ببعضهم بعضاً، عبر الحدود والاختلافات. وعناصر البيئة المحيطة، ومدى تدخلها في صنع القرار.[37]

علم الاقتصاد السلوكي دفع مجال علم الاقتصاد عموماً باعتباره أحد العلوم التجريبية الإنسانية وليس علماً إنسانياً فحسب. وأضحى اليوم الكثير من أبحاث الاقتصاد تجرى في المعامل ويتم إخضاع الناس للتجارب دون أن يكونوا عالمين أنهم جزء من تجربة، عن طريق مراقبة سلوكهم وتحليل هذا السلوك.

والحدود التي تحدد علم الاقتصاد السلوكي ليست واضحة بالشكل الكافي، وبفضل الشعبية المتزايدة للعلم فيما بين الأوساط المختلفة، وبعد أن كان بعض الأكاديميين والممارسين يطلقون على أنفسهم "علماء النفس" (على سبيل المثال، يطلقون على أنفسهم، خبراء تعديل السلوك، علماء نفس المستهلك) أصبحوا الآن يطلقون على أنفسهم: اقتصادي سلوكي behavioral economist، أو علماء السلوك behavioral scientist.

وفي كثير من الأحيان يقوم الآخرون بإطلاق الأسماء، ففي أحد موضوعات جريدة هافينجتون بوست، ذكر آدم جرانت -عالم النفس التنظيمي organizational psychologist- أنه في كثير من الأحيان كان يتم تقديمه باعتباره عالماً في الاقتصاد السلوكي. ففي إحدى المناسبات، وعندما أراد أن يضع الأمور في نصابها بأنه ليس (اقتصادياً سلوكياً)، جاءه رد أحد الأشخاص: "أعمالك ستكون أفضل إذا ما أَطلقْت على نفسك: عالم الاقتصاد السلوكي". وقد لاحظ العالم دانيال كاهنمان أن تطبيقات علم النفس الاجتماعي أو المعرفي عندما يتم تطبيقها في صناعة السياسة العامة؛ فإنها تعرف باسم الاقتصاد السلوكي. وكما لاحظ ريتشارد ثالر، أن هذا هو الأثر الجانبي لدمج هذا العمل العظيم مع السياسات العامة بواسطة غير الاقتصاديين. على عكس الذي يقدمه مطبقو هذا المجال كدروس مستمدَّة من الاقتصاد السلوكي؛ فإن علماءه يحكم عملهم وأبحاثهم مجموعة متخصصة ومحددة من الأدلة والمعارف، ويحاولون تضييق المجال، لا أن يتوسعوا فيه؛ نظراً لارتباطه

بعلوم أخرى مختلفة، مثل استخدام علم النفس لدراسة المشكلات الاقتصـادية، والتوسُّـع المفرط ينعكس بالسلب على العلم ذاته، ويؤصِّلون دائماً لمنهجيتهم في التعامـل مـع العلـم بمنهجيات علم الاقتصاد التقليدية، وأوضح مثال لذلك، هو تناولهم فكرة المنفعة.[38]

الفصل الثاني

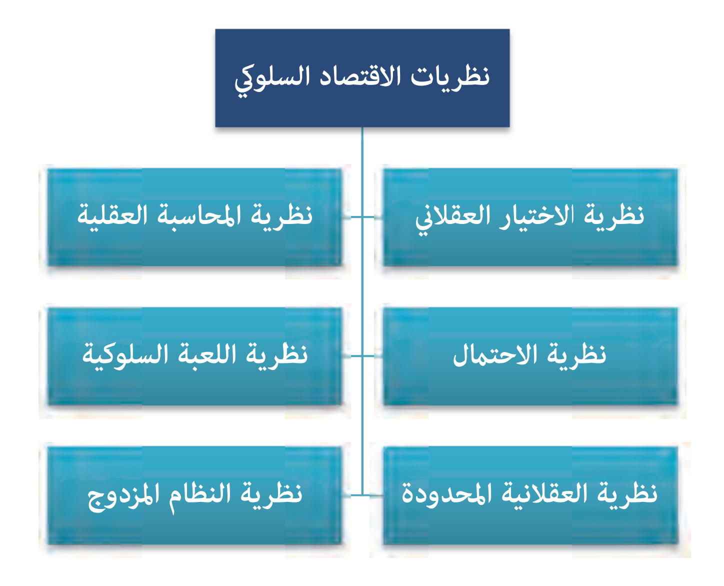
نظريات الاقتصاد السلوكي

نتناول في هذا الفصل النظريات الاقتصادية السلوكية التي بني عليها الاقتصاد السلوكي، وما يتم استعراضه ليس حصراً لكل النظريات، إنما استعراض لأهم الإسهامات النظرية في هذا المجال، وهي ما تُعد النظريات الرئيسية، ونستعرض في البداية، نظرية الاختيار العقلاني، التي تعد البداية العلمية الحقيقية لعلم الاقتصاد السلوكي في منتصف القرن المنصرم، ثم نظرية الاحتمال، وما قدمته من أفكار حول تأثير التأطير وتجنب الخسارة، وأخيراً، آثار المؤكد والاحتمال. ثم نظرية العقلانية المحدودة، وما توضحه من نتائج مترتبة على محدودية المعلومات، وأهمية التغذية المرتدة. وكيفية صنع القرار غير العقلاني، وعلم نفس السعر. ونظرية المحاسبة العقلية وما تشكله من إسهام كبير في الاقتصاد السلوكي. ثم نظرية اللعبة السلوكية. وأخيراً نظرية النظام المزدوج، وما قدمته من تأثير الإتاحة، وأهمية البروز، وأخيراً التحيز للوضع الراهن والجمود.

أولاً: نظرية الاختيار العقلاني Rational Choice

تُعرَف هذه النظرية أيضاً باسم نظرية الاختيار choice theory، أو نظرية العمل العقلاني rational action theory؛ إذ يفترض النموذج المثالي للتفكير في الحياة أن كل القرارات – بما فيها القرارات الاقتصادية – التي نتخذها ما هي إلا نتيجة التقدير الدقيق للتكاليف والعوائد، ومبنية على علم كامل بالتفضيلات المتاحة، ولن يكون للخيارات المفروضة أو الأطر المفروضة أو الإرساء السعري أي تأثير في اختياراتنا كمستهلكين. وبالطبع بناءً على ذلك سوف نتخذ قرارات مُثلَى دائماً، لكن العالم جاري س. بيكر[1] له رأي آخر ورد في كتابه "النهج الاقتصادي للسلوك البشري" الصادر في عام 1976، وقد أوضح فيه مجموعة من الأفكار تعد بمنزلة ركائز نظرية الاختيار العقلاني Rational Choice.[2]

وتفترض النظرية أن البشـر لهم تفضيـلات مستقرة؛ أي أنهم يميلون إلى اختيـارات متكـررة ومعتـادة، ويمارسـون حيـاتهم اليوميـة بطريقـة تعمـل عـلى تعظـيم تصـرفاتهم وسلوكياتهم، ومن ثم تصل بهم إلى النتائج التي ينشدونها، وأن هـذه التفضـيلات إمـا أن يحل بعضـها محل الآخر، أو أن تتكامل فلا فرق بين إحداها والأخرى، أو أن تكون متعديـة ومتدرجة، أو يتفوق بعضها على بعضها الآخر. ويفترَض في الفرد العقـلاني أنـه يأخـذ في حسبانه المعلومات المتـوافرة كافـة التـي تسـاعده عـلى القـرار الصـحيح، وبـالطبع يضـع احتمالات الأحداث التي قد تؤثر في النتيجة واحتمالات تكرارها، والفوائـد المتحققـة مـن هذا الاختيار والتكاليف المتوقعة والمحتملة لاختياراته، ومن ثم التصـرف بقـوة لتحقيـق أفضل الاختيارات.



وطبَّق بيكر نظرية الاختيار العقلاني عـلى نطاقـات عـدة متباينـة، وبـدأت بتطبيـق فرضـياتها في وضع نماذج لتحليل سلوك الفرد على مستوى التحليل الاقتصادي الجزئي في صنع القرار الاقتصادي الإنساني، وطبقت في العلوم السـياسـية وعلم الاجتماع والفلسفة أيضاً، من الجريمة وحتى الزواج، واقتصاديات علم الإجرام، واقتصـاديات التمييـز بـين البشـر ورأس المال الإنساني، وهذا يؤكد أن التخصصات الأكاديميـة المختلفـة يمكـن أن

تستفيد من فرضية "عقلانية الإنسان" التي ينادي بها العلماء الجدد للاقتصاد الكلاسيكي منذ أواخر القرن التاسع عشر، لكن عقد السبعينيات شهد بدايات ظهور التفكير المعاكس.[3]

وتشكل النظرية إطاراً لفهم إحدى الكيفيات التي يفكر بها الإنسان، وتضع نموذجاً معتمداً ومعترفاً به لسلوك البشر اجتماعيّاً واقتصادياً. ويُفسر جانب العقلانية في النظرية على أنه "رغبة الإنسان في المزيد من الشيء الجيد"، وهي منهجية لفهم الهدف من السلوك ووسائل تحقيق هذا الهدف، وترى أن الأهداف عبارة عن مسلَّمات، وأن الطريق إلى هذه الأهداف تَحدُّه محددات طبيعية واقتصادية وفكرية. وتحاول النظرية توضيح طريقة اختيار أفضل الوسائل لتحقيق هذه الأهداف، وتبين المعايير التي نفاضل على أساسها بين الخيارات المتاحة. وتندرج النظرية تحت النظريات الوصفية؛ إذ تحاول أن تفسر سلوك الأفراد وتتبين إذا ما كانت سلوكياتهم عقلانية من عدمه.

وترى النظرية أن عملية الاختيار ترتكز على مجموعة عناصر، والبداية تكون بالتفكير في الجوانب المحيطة بالقرار، ثم السؤال: إذا ما كانت هذه الجوانب من أسباب تحقق النتائج المرغوب فيها. وأخيراً ترتيب الأفعال التي تؤدي إلى تحقق النتيجة أو الهدف. وتتقارب نظرية الاختيار العقلاني مع نظرية سلوك المستهلك، ويمكن أن يكون معيار تقسيم الاختيارات أحد ما يأتي:

- المفاضلة بين المعلومات التامة والمعلومات الناقصة، وبالطبع تتباين النتائج بحسب مدى وفرة المعلومات، ويستحسن طبعاً أن تتوافر كل المعلومات المتاحة وأن تتوافر القدرة على معالجتها والاستفادة منها، أمَّا حالات الاختيار التي تقلّ فيها المعلومات فتتصف بالمخاطرة وعدم التيقن، وعلى ذلك يقتضي الاختيار العقلاني تفضيل الخيار الذي يعمل على تعظيم المنفعة المتوقعة منه.
- القرارات العادية والقرارات الاستراتيجية: الأولى، هي القرارات البسيطة التي نتخذها بكثرة يومياً، وتعتمد على التقدير السريع لأفضل الاختيارات، فأثناء

التسوق نفاضل بين سلعة وأخرى بحسب محددات بسيطة داخل الذهن. في حين تحتاج القرارات الاستراتيجية إلى التأني والتروي في التفكير، وتصاحبها عمليات توقع وتنبؤ، ويمكن الاستعانة فيها بالآخرين.[4]

وتستخدم نظرية الاختيار العقلاني على نطاق واسع في مجال الاقتصاد؛ لأنها فرضية سلوك الأفراد في نماذج الاقتصاد الجزئي. وهي مشتقة من النظريات الاقتصادية الكلاسيكية الحديثة في علم الاقتصاد السياسي، وفكرة الرغبة في المزيد تتمثل في الحصول على الشيء بأقل تكلفة؛ أي تحقيق هدف معين من غير تفكير في مدى جدوى هذا الهدف وتكاليفه. مثال ذلك، قرار اللص بارتكاب جريمة سرقة أموال؛ هو يسعى إلى الحصول على المال بأقل تكلفة ممكنة، ودون أي اعتبار للعواقب المترتبة على قراره.

ثانياً: نظرية الاحتمال Prospect Theory

أثرت العقلانية الاقتصادية -المستمدة من علم الاقتصاد- في المجالات الأخرى في العلوم الاجتماعية؛ أي انتقلت من داخل علم الاقتصاد إلى خارجه، وكان ذلك بواسطة بيكر ومدرسة شيكاغو، لكن علماء النفس قدموا تدقيقاً من خارج علم الاقتصاد إلى داخل واقع التفكير الاقتصادي السائد، وعلى وجه الخصوص آموس تفرسكي ودانيال كانيمان، حيث نَشرا مجموعة من الأبحاث تبين مدى قصور أفكار الطبيعة البشرية التي ارتكز عليها علم الاقتصاد الكلاسيكي. وتعد أبحاثهما البداية الحقيقية لعلم الاقتصاد السلوكي.[5] وكانت أبحاثهما المتعمقة في المزج بين علم النفس وعلم الاقتصاد مصدرَ إلهام كثير من العلماء بعد ذلك.

وقد عُرفت هذه الأفكار لاحقاً بتطور نظرية الاحتمال، وتدل النظرية على أن القرارات الاقتصادية التي يتخذها البشر ليست دائماً قرارات مُثلَى، ويتأثر استعداد الإنسان لتقبّل المخاطر بالطريقة التي تصاغ بها الخيارات المتاحة؛ أي أنها تعتمد على السياق الذي تُقدّم فيه. ونلقي النظر على مشكلة القرار الكلاسيكية الآتية:

1. ما القرار الذي تفضله في الفرضيات الآتية: (أ) فوز معين بقيمة 250 دولاراً. مقابل: (ب) فرصة نسبتها 25٪ للفوز بمبلغ 1000 دولار و75٪ لعدم الفوز بشيء؟
2. ماذا عن: (ج) خسارة مقدارها 750 دولاراً. مقابل: (د) فرصة نسبتها 75٪ لخسارة 1000 دولار و 25٪ لعدم خسارة شيء؟[6]

وقد أوضح عمل كانيمان وتفرسكي أن استجابات البشر تختلف عندما تم وضع الاختيارات في إطار رقم (1) باعتباره مكسباً، وفي إطار رقم (2) باعتباره خسارة. وعندما نواجه النوع الأول من القرار فإن النسبة الأكبر من الناس سوف يختارون المخاطر الأقل في الاختيار (أ)، بينما في الفرضية الثانية يميل الناس على الأرجح إلى اختيار النموذج (د) وهو الأكثر مخاطرة. وهذا يحدث لأننا -معشر البشر- نكره الخسائر بنسبة أكبر من حبنا للربح المكافئ لها: فإعطاء شيء ما أكثر إيلاماً من المتعة التي نحصل عليها عندما نأخذ الشيء نفسه.

وتعد نظرية الاحتمال من أهم نظريات الاقتصاد السلوكي، وتصف طريقة قيام الناس بالاختيار الفعلي فيما بين البدائل المحتملة التي تنطوي على قدر من المخاطرة وعدم اليقين (على سبيل المثال: نسبة احتمال المكاسب إلى الخسائر)، متى كانت احتمالات العوائد معروفة مسبقاً، ومن ثم فإنها تُعَد نموذجاً سلوكيّاً، وتنص النظرية على أن الناس يتخذون قراراتهم اعتماداً على أساس القيمة المحتملة للخسائر والمكاسب بدلاً من الاعتماد على النتيجة النهائية لهذا القرار؛ أي أن الناس يفكرون في المنفعة المتوقعة بالنسبة لنقطة مرجعية (مثل الثروة الحالية) بدلاً من تفكيرهم في النتائج المطلقة، أي بدلاً من (الثروة نفسها)؛ أي التغير في القيمة الكلية لصافي أصول الفرد، وهذا على عكس الاقتصاد الكلاسيكي الذي يرى أن اتخاذ القرار يأتي كرد فعل للربح أو الخسارة.

وترى النظرية اختلاف ردود أفعال البشر باختلاف المواقف إزاء المخاطر؛أي الخسارة، ويتحقق الاختلاف داخل نقطة زمنية محددة، وتعتمد النظرية على مدى جدارة متخذ القرار في التيقن إذا ما كانت الخسارة قائمة بالفعل من عدمها، وكذلك تحديد

السـياقات المختلفة الخاصة بتجنب هذه الخسارة، وهناك الإحساس المتناقص إزاء الأرباح والخسائر، وهذا أيضاً يستلزم تقدير السـياقات المختلفة.

وتختلف نظرية الاحتمال في علـم الاقتصـاد السـلوكي عـن نظريـة الاحـتمالات في الاقتصاد الكلاسيكي؛ إذ ترى الأخـيرة أن متخـذي القـرارات الاقتصـادية يسـتندون في قراراتهم إلى احتمالات المكسـب والخسـارة، في حـين تـرى نظريـة الاحـتمال في الاقتصـاد السلوكي أنهم يتخذون قراراتهم بناءً على مدى توافر فرصة النجاح؛ أي أن قراراتهم مبنيـة على التفاؤل.

ومثال ذلك، عندما يتخذ فرد عادي قـراراً بتأسـيس مشـروع صـغير يكـون كـل حديثه وتفكيره منصباً على مقدار ما سـيحققه من ربـح ويقلـل مـن احـتمالات الخسـارة. ويتصور بهذا الشكل أن المشـروع ناجح، لكن الأمر لا يقف عند تأسـيس المشـروع، بـل يتعداه إلى أن هذا الفرد سـيكون شخصاً آخر مسؤولاً عن عملاء ومستهلكين، وعلاقـات مع جهات إدارية، وجهات قضائية، والعديد من المسؤوليات التي ستُلْقَى على عاتقه، كـل هذا يلغيه من حساباته.

وقد توصَّلَ كاهنمان وتيفرسكي- عالمـا الـنفس اللـذان أنتجـت شـراكتهما أُسُـس الاقتصاد السلوكي- إلى معرفة الطرق التمثيليـة الاسـتنباطية التـي نلجـأ إليهـا لإصـدار الأحكام والتي تتمثل في مقارنة ما هو معروض علينا بنموذج عقـلي شـاخص في الـذهن. وعندما نلتقي رجلاً عصبياً أو رجلاً عبقرياً غريب الأطوار فقـد يتوافـق هـذا مـع صـورة نمطية رسمناها في أذهاننا حـول مـبرمج الكمبيـوتر، ومـن ثـم نسـتنتج أن هـذا الغريـب الأطوار يعمل مبرمج كمبيوتر، وننسـى في غمرة انشغالنا وعدم انتباهنا أن عمله قد يكون أي شـيء آخر.

وعندما نحكم على الاحتمالات فإننا نتجاوز كثيراً السؤال الحقيقي والعقلاني الذي يقول: هل هذا ممكن؟ لصالح الجانب التمثيلي الماثل في الذهن، ويكون السؤال: هـل هـذا يتوافق مع تصوارتي السابقة؟ قد يشعر الشخص بألم في بدنـه ويجـري الأمـر داخـل عقلـه

كالآتي، هل هذا ورم خبيث؟ ويبدأ الحوار العقلي ويتناول النماذج التي يعرفها وأصيبت بهذا المرض، ويدور في حلقة مفرغة، ويتجاهل الاحتمال الأكبر، ألا وهو أن يكون التهاباً عابراً لظهوره فجأة، ويتجاهل ما هو أكثر، أن الورم الخبيث لا يُحدِث ألماً إلا في مراحله المتأخرة، وهكذا يدور الفكر في أنماط تمثيلية داخل العقل ويبتعد كثيراً عن الجواب الصحيح.

وتم تطوير نظرية الاحتمال من خلال تأطير الخيارات المحفوفة بالمخاطر (أي وضعها في إطار فكري معين، مثل: تجارة الهواتف المحمولة مربحة، أو النشاط الزراعي لا يحقق أرباحاً كافية)، وتشير إلى أن الناس يتجنبون الخسارة، وطالما أن الناس يكرهون الخسائر أكثر من حبهم للمكسب المعادل لها؛ لذا فإنهم أكثر استعداداً لتحمل مخاطر أكبر بسبب ترجيحهم المتحيز للاحتمالات، وسعيهم الدؤوب لتجنب الخسارة.

وفي حال تقييم الأفراد للخسائر والمكاسب يستخدمون نموذجاً محدَّداً بعينه في الاستدلال المعرفي. وتقدِّم النظرية نموذجاً وصفياً للاختيار الواقعي في الحياة بدلاً من أن تقدم نموذجاً لما ينبغي أن يكون عليه القرار. وطور العالمان النظرية في عام 1992 وفيها قدَّما وصفاً نفسياً دقيقاً لعملية صنع واتخاذ القرار مقارنة بنظرية المنفعة المتوقعة The Expected Utility Theory.[7]

تأثير التأطير Framing Effect

وهذه التقنية جزء من أعمال تيفرسكي وكاهنمان في تطوير نظرية الاحتمال، التي وضعت المراهنات في إطار المكاسب أو الخسائر، بحيث يمكن صياغة الاختيارات بطريقة تبرز الجوانب الإيجابية أو السلبية للقرار نفسه؛ ما يؤدي إلى تغييرات في جاذبيتها النسبية في نظر القائم بالاختيار.

وقد تم تحديد أنواع مختلفة من منهجيات التأطير، بما في ذلك تأطير الخيارات المحفوفة بالمخاطر (على سبيل المثال: خطر موت 10 أشخاص من إجمالي 100 شخص،

مقابل فرصة إنقاذ 90 شخص من أصل 100 شخص)، وتأطير السمات (مثال: لحوم بنسبة 95٪ لحم مقابل 5٪ دهون)، وتأطير الهدف (مثال: تحفيز الناس من خلال تقديم مكافأة 5 دولارات مقابل فرض غرامة مقدارها 5 دولارات). وهناك مثل للتأطير عندما تعرض الأم على طفلها أن يتناول الموز أو التفاح، هنا هي وضعت له إطار تناول الفاكهة ومن ثم الأغذية الصحية، ولم تضِف في الاختيارات الحلوى الملونة.[8]

تجنب الخسارة Loss aversion

يُعد مفهوم تجنب الخسارة واحداً من أهم مفاهيم علم الاقتصاد السلوكي، وارتبط بنظرية الاحتمال، ويمكن إجماله في العبارة القائلة: "الخسائر تلوح في الأفق بشكل أوضح من المكاسب losses loom larger than gains". ويرتكز المفهوم على أن الألم الحاصل من الخسارة يمثل ضعف مقدار المتعة المتحققة من المكسب، ومن ثم فإن الناس أكثر استعداداً لتحمل مخاطر كبيرة في سبيل تجنب الخسارة، ويمكن أن يفسر مفهوم تجنب الخسارة الاختلافات بين السعي نحو المخاطر في مقابل تجنبها؛ أي إن الناس عندما يوضع أمامهم احتمالان (مكسب وخسارة) وفي سبيل تجنبهم للخسارة يضيعون على أنفسهم فرصة المكسب المحتمل، فلا يُقبِلون على فعل أي شيء إلا إذا تم وضعه في إطار المكسب بنسبة 100٪، وبالطبع هذا فكر غير واقعي؛ فالاحتمالات تحكم الحياة.[9]

وتم استخدام مفهوم تجنب الخسارة لتفسير تأثير المغالاة فيما هو مملوك Endowment Effect ومغالطة التكاليف الثابتة، ويمكن أن يلعب هذا المفهوم دوراً في التحيز للوضع الراهن أيضاً. وفي بعض الأحيان يتم تطبيق مبدأ تجنب الخسارة في استراتيجيات تغيير السلوك، وهذا المبدأ يفسر سبب أن العقوبات -ولاسيما المالية منها- قد تكون أكثر فاعلية من المكافآت في تحفيز الناس نحو سلوك معين. ويسمح الموقع الإلكتروني Stickk للمشاركين بالالتزام بالتغيير نحو السلوك الإيجابي (مثل الامتناع عن الطعام غير الصحي) الذي قد يقترن بالخوف من الخسارة مع فرض عقوبة نقدية في حالة عدم الامتناع.[10]

آثار المؤكد/ الاحتمال Certainty/possibility effects

تقوم فكرة المؤكد/ الاحتمال على أن التغييرات في احتمالات المكسب والخسارة لا تؤثر في تقييمات الأشخاص بطريقة موضوعية أو في إطار منتظم. وعلى سبيل المثال: فإن الانتقال من نسبة 50٪ إلى 60٪ من فرصة الفوز بجائزة ما، له تأثير عاطفي أقل من الانتقال من نسبة 95٪ إلى نسبة 100٪ (المؤكد). والعكس صحيح، فالانتقال من فرصة بنسبة 0٪ إلى 5٪ احتمال الفوز أكثر جاذبية للناس من التغيير من 5٪ إلى 10٪، وعلى سبيل المثال: يفرط الناس في وزن الاحتمالات القليلة، وهذا ما يفسر المقامرة باليانصيب، الذي يشكل نفقات صغيرة مع إمكانيات فوز كبيرة.[11]

ثالثاً: نظرية العقلانية المحدودة Bounded Rationality

أَوْلَى المفكرون على مدار القرنين الثامن عشر والتاسع عشر اهتماماً كبيراً بالأسس النفسية للحياة الاقتصادية، وكان ذلك قبل عمل كانمان وتفرسكي بوقت طويل. وبحلول القرن العشرين، إبان الثورة الكلاسيكية الجديدة، حاول علماء الاقتصاد بشكل متزايد محاكاة العلوم الطبيعية؛ إذ إنهم أرادوا أن يميزوا أنفسهم عن مجال علم النفس "غير العلمي" في ذلك الوقت. وقد انعكست أهمية الاقتصاد المرتبط بعلم النفس في وقت لاحق في مبدأ "العقلانية المحدودة" الذي صاغه هربرت سيمون في أعماله التي قدمها في الخمسينيات. ووفقاً لرؤية سيمون، فإن عقولنا لا بد من فهمها وتحليلها في إطار البيئة التي نشأت وتطورت فيها، وإن القرارات التي نتخذها ليست دائماً القرارات الـمُثلَى؛ إذ إن هناك قيوداً على معالجة البشر للمعلومات، وذلك بسبب الحدود المعرفية (أو محدودية المعلومات)، أو بسبب القدرات الحسابية المحدودة.[12]

وقد اقترح مصطلح العقلانية المحدودة العالمُ هيربرت سيمون، وهذا المفهوم يتحدى الفكرة القائلة إن عقلانية البشر متأصلة في تكوينهم كما افترض علم الرياضيات (استعارة فكرة الحاسب الآلي في معالجة المعلومات). وسبب أن عقولنا تفتقد إلى العقلانية المأمولة هو محدودية قدرتنا على التفكير ومدى توافر المعلومات، وأخيراً محدودية الوقت.

العقلانية المحدودة كمفهوم اقتصادي يتماثل مع المفهوم النفسي الاجتماعي الذي يصِف الناس "بالبخل المعرفي"، والذي يقدم فكرة أساسية حول علم النفس الإنساني، وقد استند إليه الاقتصاد السلوكي.[13]

وقدم هيربرت سيمون النظرية أساساً يعتمد عليه بديلاً عن النماذج الرياضية في اتخاذ القرارات، كما يحدث في الاقتصاد والعلوم السياسية. وتركز النظرية على عملية صنع القرار باعتبارها عملية عقلية بحتة للوصول إلى الاختيار الأمثل في ضوء المعلومات المتوافرة.

وطريقة أخرى لتناول النظرية ونتيجة للقصور في مدخلات صنع القرار، يلجأ مصدر القرار إلى تبسيط الخيارات المتاحة، وهنا يوصف متخذ القرار بأنه Satisficer وهي استراتيجية في اتخاذ القرار تتمثل في الإرضاء. فمتخذ القرار لا يتخذ قراراً مثالياً بقدر ما أنه يتوصل إلى حل مُرْضٍ satisfactory solution. والإرضاء Satisficing هو أحد مصطلحات هيربرت سيمون؛ إذ يرى أن الناس يميلون إلى اتخاذ قراراتهم بحيث تكون مرضية لهم، وهذا الإرضاء هو مزيج من الاكتفاء والإشباع، بدلاً من أن يتخذوا القرار الأمثل. وغالباً ما تكون هذه القرارات -ببساطة- جيدة بما فيه الكفاية في ضوء الإمكانيات المتاحة والقيود المفروضة. ويتشابه الاستدلال المعرفي العقلي مع الإشباع؛ إذ إن الأفراد يختارون الخيارات التي تلبي أغلب المعايير البسيطة للقرار. ويمكن استخدام تركيز الأفراد على الإشباع بواسطة مهندسي بيئة الاختيار، وهو الشخص المسؤول عن صناعة القرار، ويجدي هذا التطبيق السلوكي عندما يكون من يجب عليه اتخاذ القرار عرضة للتسويف في اتخاذ قراره؛ فالإحساس بأنه سيتحقق له الإشباع قد يجعله يقدِم على اتخاذ القرار.[14]

وقام جيرد جيجرنزر بعمل ارتكز على أفكار سيمون في وقت لاحق، وهو الاستدلال المعرفي السريع والمقتصد fast and frugal heuristics، واقترح فيه أن العقلانية في اتخاذ القرار تعتمد على الهياكل الموجودة في البيئة. والناس بوجه عام عقلانيون

بالفطرة عندما يقومون بأفضل استخدام ممكن للقدرات المحدودة لمعالجة المعلومات، وذلك عن طريق تطبيق خوارزميات مبسطة وذكية يمكن أن تقودهم إلى استنتاجات شبه مثالية.[15]

في حين أن فكرة محدودية عقلانية البشر لم تكن فكرة جديدة كليّاً في مجال علم الاقتصاد؛ فإن أبحاث كانمان وتيفرسكي حول الاستدلال المعرفي والتحيزات heuristics and biases شكلت إسهامات منهجية غاية في الأهمية؛ لأنهما دَعَوَا إلى اتباع منهجية تجريبية صارمة لفهم القرارات الاقتصادية ارتكازاً على قياس خيارات فعلية وواقعية يتم التوصل إليها في ظل ظروف متباينة. وبعد مرور نحو ثلاثين عاماً أصبحت أفكارهما تشكل المنهج الرئيسي في مجال الاقتصاد السلوكي؛ ما أدى إلى زيادة الاعتماد عليها من قِبل العلماء وفي العديد من المجالات العلمية والعامة والتجارية.[16]

محدودية المعلومات: أهمية التغذية المرتدة

إن مبدأ العقلانية المحدودة هو أحد الموضوعات التي نوقشت في كتاب "الوكزة Nudge" الصادر عام 2008. ويشير فيه مؤلِّفاه ريتشارد ثالر وكاس سانشتاين إلى أن الخبرات السابقة والمعلومات والخبرات المرتدة الفورية، كلها تعد عوامل أساسية تمكّن الأفراد من اتخاذ قرارات صائبة من وجهة نظرهم. ولكن عند تطبيق ذلك على القرارات ذات النتائج المتأخرة تصبح الأمور ملتبسة إلى حد ما، وعلى سبيل المثال: مشكلة تغير المناخ، تعد مشكلة غير مرئية وواسعة الانتشار وعملية طويلة الأجل، سواء من ناحية أفعالها ونتائج هذه الأفعال وأي سلوك يأتي من جانب الأفراد للحفاظ على البيئة كالحد من انبعاث الكربون أو الحد من استهلاك الطاقة لن يؤدي إلى ثمة تغيير ملحوظ، وعلى ذلك فإن الخبرات المرتدة والمعلومات النافعة لن تؤدي إلى حدوث المردود المناسب.[17]

وينطبق الأمر ذاته على مجال الصحة، فالخبرة المرتدة في هذا المجال عادة ما تكون ضعيفة التأثير، ونستجيب نحن -معشر البشر- بصورة أكبر إلى الاختيارات التي اخترناها من قبل والتي تشكل تهديداً للصحة ويجب أن نرفضها. فعلى سبيل المثال: يحدث

التأثير الملحوظ للتدخين على مدار السنوات، ولا تظهر آثاره على الخلايا والأجهزة الداخلية للمدخن سريعاً، وعادة ما تهدف التغذية المرتدة إلى إحداث تغير سلوكي وتحد ما يحد منها المقارنة بين المعلومات المبنية على التكاليف الاقتصادية للسلوك غير الصحي مقارنة بالعواقب الصحية المحتملة لهذا السلوك.[18]

ومن الملاحظ أن البرامج الإلكترونية الحديثة التي تستخدَم في تطبيقات الهواتف الذكية للتوقف عن التدخين ويطلق عليها تقنيات الالتزام commitment technologies أصبحت الآن توفر ردود فعل إيجابية وخبرات سلوكية مرتدة للشخص مستخدم التطبيق ونافعة، فيعرف منها عدد السجائر التي لم يدخنها، ومقدار ما وفره من أموال، بالإضافة إلى معلومات حول تحسين صحته وتجنبه للأمراض.

صنع القرار غير العقلاني.. علم نفس السعر

إن الاختيارات المبنية على العقلانية المحدودة ويقوم بها معشر المستهلكين مبنية على مجموعة من القيود في عملية التفكير، وقد بينها بوضوح العالم دان آريلي في كتابه الشهير "عدم العقلانية المتوقعة". ويعد هذا الكتاب هو الطرح الحديث لنظرية العقلانية المحدودة ويناقشها من جانب السعر.[19]

وناقش الكتاب مجموعة من الأبحاث التي تتناول الأسعار وتصور القيمة. وطلبت إحدى الدراسات من المشاركين فيها إذا ما كانوا يقبلون شراء منتَج معين (على سبيل المثال: لوحة مفاتيح حاسوب لاسلكية) نظير مبلغ بالدولار يساوي آخر رقمين من أرقام بطاقة الضمان الاجتماعي الأمريكي، ثم طلب منهم بعد ذلك تحديد الحد الأقصى للسعر الذي لديهم استعداداً لدفعه مقابل هذه السلعة.

وفي حالة لوحة المفاتيح اللاسلكية، تبين أن المشاركين في أعلى 20٪ من أرقام الضمان الاجتماعي على استعداد لدفع ثلاثة أضعاف مقارنة بأولئك العشرين بالمئة في أسفل الأرقام. وتوضح التجربة عملية الإرساء Anchoring، وهي عبارة عن عملية

عقلية بمقتضاها يتم تحديد قيمة رقمية تمثل نقطة مرجعية غير واعية تؤثر في تصورات القيمة في وقت لاحق؛ أي نقول مثلاً: متوسط سعر متر الشقة في وسط المدينة 1000 دولار، فإذا عُرض علينا سعر المتر بمبلغ 900 دولار فنقول إنه سعر مناسب. برغم أننا لو تجولنا في سوق العقارات وسط المدينة لوجدنا أن متوسط السعر هو 850 بسبب وجود أعمال إصلاح في الطرق. ومبلغ 1000 دولار الذي ارتكز في أذهاننا هو نقطة مرجعية نستند إليها، على الرغم من كونه رقماً غير حقيقي.[20]

ويقدم دان آريلي تأثير مفهوم السعر الصفري Zero price effect، الذي يشير إلى أن النماذج التقليدية للتكلفة والفوائد لا يمكن لها أن تفسر التأثير النفسي لسلعة مجانية؛ إذ يفترض النموذج الخطي أن التغييرات في التكلفة هي نفسها في كل مستويات الأسعار وتظل الفوائد كما هي. ويشير نموذج السعر الصفري إلى أن هناك زيادة في القيمة المعنوية للسلعة عندما ينخفض سعرها إلى صفر، والتغير في الطلب نتيجة للتغير في الأسعار ليس خطياً، سيكون هناك بعض التحول من السلع المرتفعة القيمة إلى السلع المنخفضة القيمة.

بالإضافة إلى ذلك، تتمتع السلع المجانية بقوة سحب إضافية، وعندما يتم الإعلان عن منتج باعتباره مجاناً، يَنظر إليه جموع المستهلكين باعتباره أكثر قيمة؛ حيث إن انخفاض السعر من 0.14 دولار إلى صفر أقوى تأثيراً من خفض السعر من 0.15 دولار إلى 0.01 دولار.

ومن هنا، فإن قطعة الشوكولاته المجانية أكثر جاذبية بشكل مثير للانتباه من قطعة الشوكولاتة التي قيمتها 0.14 دولار، وقطعة الشوكولاتة التي قيمتها 0.01 دولار قيمتها أقل مقارنة بقطعة أخرى قيمتها 0.15 دولار. وبالنسبة إلى صانع القرار الاقتصادي العقلاني، فإن فارق السعر الذي يبلغ 0.14 دولار ينبغي أن يقدم دائماً مقدار التغيير نفسه في الحوافز لاختيار المنتَج، والتفسير النفسي الأساسي لتأثير السعر الصفري كان له تأثير عاطفي في الاستدلال العقلي، حيث لم يكن للخيارات جانب سلبي (بغير تكلفة) وتؤدي إلى استجابة عاطفية إيجابية.[21]

وأخيراً، غالباً ما تؤخذ الأسعار باعتبارها مؤشـراً إلى الجـودة، بـل ويمكـن أن تكون دليلاً على النتائج المادية تماماً مثل تـأثير الأدويـة الوهميـة فـي الأبحـاث الطبيـة Placebo Effect. وفي إحدى التجارب على سبيل المثال: أعطِيَ المشاركون شـراباً مجانيـاً زعم منظمو التجربة أنه يساعد على زيادة الكفاءة الذهنية، وعندما تم إعطاؤهم الشـراب نفسه؛ لكن مع تخفيض سعره فقـط؛ قـل أداؤهـم في حـل الألغـاز بشـكل كبـير؛ مقارنـة بالأسعار العادية وظروف التحكم.[22]

عند النظر إلى الأسس النفسـية التي تحلل الإنسـان الاقتصـادي، التـي بُنـي عليهـا الاقتصاد التقليدي؛ فإنها ترى الإنسان عقلانياً جداً، ويبحث عما يحقق مصلحته الشخصية إلى أقصـى مدى، ويتمتع بتفضيلات مستقرة نسبيّاً، لكـن هـذه النظـرة أصـبحت في تحـدٍّ حقيقي. فالنظرة التقليدية لتغيير السلوك يجـب أن تكـون مبنيـة عـلى المعلومـات الكافيـة والإقناع والحوافز أو العقاب.[23]

فالمجال المرتبط بهذه النظرة، سواء من جانب الأبحاث أو النظرية هو علم الاقتصاد السلوكي، الذي يؤكد أن قرارات البشـر تتأثر بشدة بالسـياق بـما في ذلـك الطريقـة التـي تعرض بها الخيـارات علينـا. ويختلـف السـلوك عـبر الزمـان والمكـان، ويتـأثر الاختيـار بالتحيزات المعرفيـة والمشـاعر والتـأثيرات الاجتماعيـة؛ فـالقرارات اليوميـة، هـي نتيجـة عمليات ذهنية تفتقد المعالجة الدقيقـة، وسـريعة وتسـير في خطـوط طوليـة لا تأخـذ في اعتبارها التعرجات الواقعية، ومحكومة بنظام لا يقتنع أحد منا بوجوده، معتقدين أننا نتخذ قرارات لا يجانبها الصواب أبداً.

رابعاً: نظرية المحاسبة العقلية Mental accounting

يرتكز تفسـير ثالر (1980) لتأثير المغالاة فيما هو مملوك على إطـار اصـطلاح تجنـب الخسارة؛ فالأفراد يبالغون في تفضـيلاتهم واختياراتهم، وهذه الأخيرة تتوقـف عـلى نقطـة مرجعية (الملكية) وقد وضع ثالر نظريته على غـرار الـنماذج الاقتصـادية القياسـية. وبـيّن ثقوباً جذرية في النمـوذج القياسـي النيوكلاسـيكي تعظـيم منفعـة المسـتهلكين -utility

maximizing consumers، وكان ذلك بعد بضع سنوات أثناء استعراضه نظرية المحاسبة العقلية.[24]

صاغ هذه النظرية العالم ريتشارد ثالر، ووضع مصطلح المحاسبة العقلية، وهي نظرية نفسية توضح مدى تأثير الإدراك المحدود للأفراد على الإنفاق والإدخار وغيرهما من السلوكيات المالية للأفراد العاديين. وتحاول النظرية الإجابة عن سؤال: "كيف يفكر الناس في المال؟" ومفتاح الإجابة هو، معرفة أن صنع القرار المالي للأفراد يكون بطريقة مجزأة وليست شاملة. وترتبط النظرية بأعمال ثالر حول "محدودية التحكم في النفس"؛ إذ إن استراتيجيات الحسابات العقلية قد تقلل من مشاكل التحكم في النفس، وترتبط أيضاً بأعماله حول العدالة، وذلك من خلال مفهوم منفعة المعاملة Transaction utility.[25]

ويعد الباعث والمحرك لنظرية المحاسبة العقلية هو الملاحظة التجريبية؛ إذ يقوم الأفراد بتجميع نفقاتهم في أقسام مختلفة (المسكن، الغذاء، الملبس،... إلخ) مع وضع كل قِسم متماثل في حساب عقلي منفصل. ويستخدم الأفراد الحسابات العقلية عموماً كوسيلة يلجأ إليها ذوي العقلانية المحدودة لتبسيط عملية اتخاذ القرارات المالية. ولكل حساب ميزانيته الخاصة والنقطة المرجعية الخاصة به، وهذا يؤدي في النهاية إلى محدودية القابلية للاستبدال فيما بين الحسابات. والأثر الرئيسي المترتب على ذلك، هو أن القيم التي يعزوها الفرد إلى مبلغ معين من المال قد تعتمد على الحساب الذي تم تحديده له، الذي بدوره يتوقف على السياق context والتأطير framing والموقف situation.

ولتوضيح ذلك، نأخذ قصة الممثلَين جن هاكمان وداستن هوفمان، فقد كانا صديقَين في أيامهما الفنية الأولى، وروى هاكمان قصة زيارته لهوفمان في منزله وطلب منه الأخير في الزيارة أن يقرضه المال. ووافق هاكمان على ذلك، وبينما هما جالسان في مطبخ هوفمان وجد العديد من الجِرار مصطفة على المنضدة بداخل كل منها كمية من النقود، وكل جرة مدون عليها ما خُصصت من أجله: واحد "الإيجار"، وآخر "المرافق".. وهكذا. وتساءل هاكمان، إذا كان هوفمان لديه كل هذه الأموال في الجرار، ما الذي يدعوه

للاقتراض؟ حتى أشار هوفمان إلى أن الجرة المخصصة للطعام كانت فارغة ولا يوجد فيها نقود.

وعملية الاحتفاظ بحسابات منفصلة لمختلف أقسام النفقات تعد أيضاً أداة مساعدة للالتزام ضد الإفراط في الانفاق، ولاسيما بالنسبة إلى السلع غير الضرورية أو المسببة للإدمان. وبالنظر في إحدى الممارسات الشائعة للأفراد، وهي قيامهم بالاحتفاظ بالأموال في حساب التوفير، وفي الوقت نفسه الاقتراض في شكل الحصول على بطاقة ائتمان. وبالنظر إلى ارتفاع أسعار الفائدة على مسحوبات بطاقات الائتمان نجد أنه من الصعوبة بمكان وضعها في المربع نفسه مع النموذج القياسي للسلوك العقلاني.

ومع ذلك، فإن الشخص الذي يعاني عدم القدرة على التحكم في النفس يكون من المتوقع أن يسحب الرصيد المتاح ببطاقة الائتمان عقب قيامه بسداد المديونية على وجه السرعة. مع الاحتفاظ بالمدخرات في حساب منفصل مع نقطة مرجعية أخرى (يفترض أنها المبلغ المدخر حالياً) وهذه النقطة المرجعية تمنع الشخص من سداد مديونيات بطاقة الائتمان حتى لا يقترب من المدخرات، وهذا ما يوفر التزاماً ضد الإفراط في الإنفاق.

يستند ثالر (1985) إلى نظرية النقاط المرجعية Theory of reference points في التفرقة بين مكونين: المكون الأول، هو منفعة الاستحواذ acquisition utility ويعني فصل مصادر منفعة الاستهلاك داخل مكون يندمج مع استهلاك السلعة أو الاستفادة من الخدمة. أما المكون الثاني، فهو منفعة المعاملات transaction utility ويرتبط بمعاملات البيع والشراء. ومنفعة الاستحواذ تلك تتماثل مع فوائض الاستهلاك القياسي: ومن ثم تصبح قيمة السلعة عند المستهلك إذا ما تلقاها كهدية مخصوماً منها الثمن المدفوع. أما منفعة المعاملات فهي الفرق بين السعر الفعلي والسعر المتوقع أو السعر العادل الذي يسمى السعر المرجعي reference price. وينطوي جزء من منفعة المعاملة على أن المستهلك يحصل على قيمة مضافة من "الصفقة الجيدة" (تعني شراء منتَج بسعر أقل من السعر المتوقع)، لكنه يعاني خسارة المنفعة إذا قام بالشراء بسعر مرتفع وينظر إليها

بوصفها "صفقة سيئة". وفي الواقع، قد يمتنع المستهلك عن شراء سلعة من شأنها أن تعود بمنافع إيجابية للغاية له إذا كان الثمن يعد بالنسبة إليه بشكل خاص "صفقة سيئة".[26]

يربط ثالر نظرية النقاط المرجعية بنظرية التفضيلات الاجتماعية Theory of Social preferences لتحديد هذه المفاهيم؛ إذ إن من أوجه قصور النموذج الأصلي لنظرية الاحتمال prospect theory هو سكوتها عن كيفية تحديد النقطة المرجعية. ويقترح ثالر تحديد السعر المرجعي بما يعتبر "عادلاً" لكل من طرفَي المعاملة؛ أي أن المشتري يستشعر كبر الخسارة بشكل خاص، ويفتقد منفعة المعاملة إذا كان الثمن يُعتبر مرتفعاً بشكل غير عادل.[27]

يشير مفهوم المحاسبة العقلية إلى أن الناس يتعاملون مع الأموال بطريقة مختلفة، تتوقف على مصدر المال وأوجه إنفاقه المختلفة، ولا يفكرون فيه في إطار علم المحاسبة التجارية. والمصطلح الرئيسي الحاكم لفكرة المحاسبة العقلية هو مبدأ الاستبدال fungibility وحقيقة أن المال من المثليات؛ فكل الأموال متماثلة وليس لها علامات عقلية محددة، ووفقاً للنظرية فإن الناس يعاملون الأصول بحسبانها أقل قابلية للاستبدال مقارنة بحقيقة أمرها، وعلى ذلك فإنهم يُؤَطِّرون الأصول على أساس مدى ارتباطها بقيمة الثروة الحالية والدخل الحالي أو الدخل المستقبلي.[28]

ويعني الميل الحدِّي للاستهلاك Marginal propensity to consume (MPC) أن نسبة الزيادة في الدخل الذي يمكن إنفاقه يتم بالفعل إنفاقه، ويُعد الأعلى مقابل النقود في مستويات الدخل الحالية وأقل مقابل النقود في مستويات الدخل المستقبلية مع الوضع في الاعتبار المكاسب غير المتوقعة: المكاسب الصغيرة (على سبيل المثال: الفوز باليانصيب بقيمة 50 دولاراً) تعامل بوجه عام بحسبانها دخلاً حالياً، ومن الأرجح إنفاقها، في حين تعتبر المكاسب الكبيرة (مثل الحصول على أرباح من العمل بقيمة 5000 دولار) بمنزلة "ثروة".[29]

وأحد أمثلة نظرية المحاسبة العقلية ما يعرف باسم مغالطة التكاليف الثابتة Sunk cost fallacy، فيرتكب الأفراد مغالطة التكاليف الثابتة عندما يستمرون في سلوك معين أو مشروع ما نتيجة لما سبق أن استثمروه في هذا الأمر، سواء كان مالاً أو جهداً أو وقتاً. وهذه المغالطة المرتبطة بالتحيز للوضع الراهن يمكن اعتبارها تحيزاً ناتجاً عن الالتزام المستمر.

وعلى سبيل المثال: أحياناً يطلب الناس الكثير من الطعام أثناء وجودهم في المطاعم، ومن ثم يتناولون ما هو أكثر من حاجتهم لمجرد الشعور بالحصول على قيمة ما دفعوه من أموال. بالمثل أيضاً، قد يكون شخص قد اشترى تذكرة حضور حفلة موسيقية بقيمة 20 دولاراً، ثم يقود سيارته في عاصفة ثلجية لساعات مُعَرِّضاً نفسه لمخاطر متنوعة واحتمالاتها كبيرة، لمجرد شعوره بأنه يتعين عليه الحضور نظراً لقيامه بالاستثمار الأولي المتمثل في شراء التذكرة. إذا كانت التكاليف تفوق الفوائد، فإن التكاليف الإضافية التي يتكلفها الإنسان (الإزعاج أو الوقت أو حتى المال) يتم الاحتفاظ بها في حساب عقلي مختلف عن ذلك الحساب المرتبط بمعاملة شراء التذكرة.[30]

ألم الدفع Pain of paying، هو مثال آخر لنظرية المحاسبة العقلية، فالناس لا يحبون إنفاق المال، ويختبرون ألماً جراء ذلك؛ لأن البشر يتجنبون الخسارة، ويعتقد أن هذا الألم ينخفض عندما يتم الشراء بواسطة بطاقة الائتمان، التي يتم التعامل معها بشكل مختلف عن النقود السائلة؛ لأن البطاقة البلاستيكية تختلف في إحساسها عن النقود الورقية، واختفاء الأموال من يد حاملها أقل وضوحاً، بخلاف تأجيل وتسويف الدفع. ووفق نظرية المحاسبة العقلية تلعب بطاقات الائتمان دوراً في فصل عملية الشراء عن عملية الدفع، عن طريق وجود مسافة زمنية وتأخر في الدفع. ويعد الإنفاق بواسطة بطاقة الائتمان جذاباً؛ فعند النظر إلى بنود إنفاق البطاقة التي يظهر فيها كل استحقاق منفصل عن الثاني (على سبيل المثال: نفقات قدرها 50 دولاراً) وعلى ذلك تفقد تأثيرها السلبي عندما يُنظر إليها على أنها جزء صغير مستحق من مبلغ أكبر (على سبيل المثال: 843 دولاراً). والأنواع المختلفة من الشخصيات تختبر مستويات مختلفة من ألم الدفع، وهذا يمكن أن

يؤثر في قرارات الإنفاق. وعلى سبيل المثال: يختبر البخلاء ألماً أكبر في الإنفاق من المبذرين؛ الأمر الذي يؤدي إلى نتائج مختلفة لهذه المجموعات عندما يكون الدفع بواسطة النقود الورقية مقابل بطاقة الائتمان البلاستيكية.[31]

وهناك العديد من الأعمال العلمية التي استكشفت ووثّقت المحاسبة العقلية والنتائج المترتبة عليها، سواء تلك التي قام بها ثالر أو تلك التي قام بها من تلاه من العلماء. إذ قدم هاستينجز Hastings وشابيرو Shapiro مجموعة من الأدلة العلمية الرئيسية في مجال المحاسبة العقلية وهي: افتقار المال للقابلية للاستبدال the lack of fungibility of money، فقاما بدراسة الاختيار بين الوقود العادي والوقود الممتاز عقب هبوط أسعار الوقود بنحو 50٪ في عام 2008، وتبين لهما أن تحول المستهلكين من الوقود العادي إلى الوقود الممتاز حقق نحو 14 ضعف الحجم المتوقع من نموذج الطلب القياسي standard demand model. وتفسر المحاسبة العقلية (بتطبيقها تحديداً على الوقود) هذا التحول المفرط، والمثير للدهشة، بل أنهما توقعا –وبواسطة المحاسبة العقلية– عدم حصول مثل هذا التحول من السلع الأدنى جودة إلى الأعلى جودة في أقسام السلع الأخرى التي لم تتغير أسعارها. وهذا ما وجداه بالفعل.[32]

ولم يقِف استكشاف المحاسبة العقلية وحركتها عند هذا الحد، بل هناك نموذج المحاسبة المحتملة prospective-accounting –الذي اكتشفه بريلك ولوينشتاين في نظرية الإدخال المزدوج double-entry لنظرية المحاسبة العقلية– الذي يحلل التفاعلات التبادلية التي تحدث بين المتعة المتحققة من استعمال سلعة ما والألم المتحقق من دفع قيمتها. وهذا يقود إلى مفهوم الاقتران coupling ويقصد بهذا ا الاصطلاح مقدار الأفكارالتي تتبادر إلى الذهن جراء استهلاك هذه السلعة أثناء دفع قيمتها، والعكس بالعكس.[33]

وقد قدم شافير Shafir وثالر في عام 2006 أدلة حول ظاهرة الأفراد الذين يقومون بتجميع النبيذ؛ فالشراء المسبق (على سبيل المثال شراء صندوق نبيذ) يعد من وجهة نظر هؤلاء المشترين بمنزلة استثمار أكثر من كونه عملية شراء تقليدية، وفي الوقت نفسه، فإن

استهلاك السلع التي تم شراؤها في وقت سابق وفقاً لخطة موضوعة سلفاً (مثل فتح زجاجة نبيذ أثناء تناول العشاء) غالباً ما يعتبر عقلياً بمنزلة سلعة مجانية أو قد تعتبر مدخرات. إن عملية الفصل بين الإنفاق والاستهلاك بهذه الطريقة تقلل من الألم المتولد عن عملية الشراء. ويعد هذا نموذجاً آخر من تفسير الأمور بحسب مدى متعتها hedonic editing.[34]

يكون النظر إلى نتائج نظرية المحاسبة العقلية وتقييمها اعتماداً على السياق العام، وفضلاً عن ذلك بالنظر إلى كيفية تفسير مشكلة اتخاذ وصنع القرار. فإن الأفراد -في سعيهم لمحو الألم المتحقق من الخسارة- فإنهم يقومون بتجميع هذا الألم وإدخاله تحت مظلة ربح أكبر، ويعد ذلك شكلاً من أشكال تفسير الأمور بحسب متعتها.

ويجب وضع حدود زمنية أيضاً، فلا بد من "إغلاق" الحسابات العقلية التي جرى "فتحها" من قبل. ومثال ذلك، عند شراء أحد الأصول المالية، فإن هناك حساباً جديداً يُفتح مصحوباً بنقطة مرجعية، وهي قيمة الاستحواذ على الأصل. ويعد بيع الأخير بخسارة (غلق الحساب العقلي) أمراً مؤلماً، والنظرية لها آثار مهمة على تداول الأصول المالية.[35]

وعلى ذلك، فإن المستثمرين سيقومون ببيع الأسهم التي زادت قيمتها، وفي الوقت نفسه يحتفظون بالأسهم الخاسرة، ولما كانت الأرباح والخسائر لن تتحقق وتتحول إلى حقيقة واقعة -إلا في حالة غلق الحساب العقلي- فإن البيع يستتبع غلق الحساب وتحول الخسارة إلى خسارة واقعة. وقد قدم شفرين وستاتمان أول دليل عملي على هذا التأثير، وأطلقا عليه تأثير فقدان المراكز The disposition effect. وقد تأكد هذا التأثير بواسطة أودين باستخدام الكثير من بيانات شركات السمسرة.[36]

صاغ ريد Read ولوينشتاين Loewenstein ورابين Rabin مصطلح الاختيار فيما بين الأقواس Choice bracketing لوصف إلى أي مدى يتم فصل الاختيارات؛ اختيارات ضيقة أو قليلة narrow bracketing أو وضع بعضها مع بعض في مجموعات في عملية

الحساب العقلي، ويعد نموذج صنع القرار تدريجياً أمراً متوقعاً بواسطة نظرية الحساب العقلي، وقد تم دعم نموذج الأقواس الضيقة تجريبياً في العديد من الأبحاث.[37]

وقام ثالر بالاشتراك مع مجموعة من الباحثين بإحدى الدراسات المشهورة تناولوا فيها قرارات عرض العمل لسائقي سيارات الأجرة في مدينة نيويورك؛ إذ وجدوا أدلة تعد مرجعية بالاعتماد على التفصيلات والأقواس الضيقة، ويتمثل ذلك في أن هؤلاء السائقين يتصرفون كما لو أنهم في محاولة لتحقيق دخل يومي مستهدف (النقطة المرجعية The reference point) ومن ثم يعانون تأثير تجنب الخسارة Loss aversion إذا فشلوا في تحقيق هذا المستهدَف؛ بعبارة أخرى، يعتبر السائقون كل يوم عمل بمنزلة حساب عقلي منفصل، لذا فإنهم يقودون سياراتهم وقتاً أقل في الأيام ذات الطلب المرتفع، وتزيد مدة القيادة في الأيام ذات الطلب المنخفض. وهذا يعد عكس ما توقعته النظرية الاقتصادية الكلاسيكية.[38]

ويظهر ثالر وجونسون أنه بالرغم من أن الأفراد اعتادوا تجنب المخاطر، فإنهم يصبحون جاذبين للمخاطر مع النقود التي ربحوها مؤخراً، وعلى سبيل المثال في المقامرة. ويظهر هذا التأثير، الذي يسمى اصطلاحاً تأثير بيت المال House-money effect، لأنه يتم وضع الأرباح في حساب عقلي خاص، ويتم التعامل معه بطريقة مختلفة عن الأموال الأخرى. وقد وجد ثالر وجونسون أيضاً أدلة على تأثير التعادل Break-even effect ويتمثل ذلك في ميل زائد نحو السلوك الهادف إلى المخاطرة في المجال ذاته الذي حدثت فيه الخسائر، عندما تظهر الفرصة إلى تحقيق التعادل بسبب خسائر سابقة. وفي الأعمال اللاحقة لثالر ومؤلفين آخرين حول كلٍّ من تأثير بيت المال وتأثير نقطة التعادل، تم التأكد من تأثيرهما في القرارات التي تتخذ في بيئة عالية المخاطر (واستندوا إلى بيانات تم تجميعها من برنامج لعبة اتفاق أو لا اتفاق Deal or no deal.[39]

خامساً: نظرية اللعبة السلوكية Behavioral Game theory

تأسست نظرية الألعاب سنة 1944 على يد جون فون نويمان وأوسكار مورغن شتيرن واشتهرا عن طريق تأليفهما كتاب The Theory of Games and Economic

Behavior سنة 1994 وحصل كلاهما على جائزة نوبل للاقتصاد عن أعمالهما في نظرية الألعاب. وتطورت نظرية الألعاب عبر مراحل عدة، ففي الخمسينيات، تم استعمال أول نماذج اقتصادية قائمة على نظرية الألعاب والقيام ببعض الدراسات في العلوم الاقتصادية التجريبية للتأكد من صحة نتائج نظرية الألعاب. وفي السبعينيات دخلت نظرية الألعاب في البيولوجيا التطورية evolution biology حيث ألف جون مينارد سميث كتاب Game Theory and the Evolution of Fighting. أما في التسعينيات فقد حصل العالم الأمريكي جون ناش على جائزة نوبل عن بحثه في نظرية الألعاب حول تحليل التوازن في نظرية الألعاب غير التعاونية analysis of equilibria in the theory of non-cooperative games.

تعد نظرية اللعبة السلوكية نهجاً رياضياً لنمذجة السلوك عن طريق تحليل القرارات الاستراتيجية التي اتخذها اللاعبون المشاركون في اللعبة لنمذجة سلوك وكلاء التفاعل والتّنافس. وتعمل نظرية اللعبة في الاقتصاد التجريبي القياسي تحت مظلة فرضية الاقتصاد الكلاسيكي العقلاني، بينما تمتد نظرية اللعبة السلوكية في تطبيقها بالمزج بين النموذج القياسي (التحليلي) لنظرية اللعبة وتأخذ في الاعتبار ما الذي يشعر به اللاعب حيال المكاسب التي يحصل عليها اللاعبون الآخرون، وحدود التفكير الاستراتيجي، وكذلك الآثار المترتبة على التعلم، وهنا يحدث المزج بين نظرية اللعبة والأفكار السلوكية والنفسية المختلفة.[40]

وتشمل تطبيقات نظرية اللعبة مجموعة واسعة من الظواهر والأساليب الاقتصادية، مثل المزادات العلنية، والمساومة، وعمليات الدمج والتملك والتسعير، والتقسيم العادل، واحتكار بين ثنائي، واحتكار القلة، وتشكيل الشبكة الاجتماعية، والاقتصاد الحسابي القائم على وكيل، والتوازن العام، وتصميم آلية ونظم التصويت؛ والاقتصاد التجريبي، والاقتصاد السلوكي، واقتصاد المعلومات، والتنظيم الصناعي، والاقتصاد السياسي. وتتركز أبحاثها على مجموعات معينة من الاستراتيجيات المعروفة باسم "مفاهيم الحل" أو "التوازنات". والافتراض السائد فيها أن اللاعبين يتصرفون بعقلانية.

ومن أمثلة الأبحاث -التي كشفت عن انتهاك الافتراضات المعيارية للعقلانية- شكل لعبة الإنذار البسيطة. ففي هذه التجربة يتم منح اللاعب الأول مبلغاً من المال وعليه أن يقدم عرضاً لتقسيم هذا المبلغ، وفي الوقت نفسه هو من معه المال ويجب أن يقسمه بينه وبين لاعب آخر مجهول، وهو المتلقي لنموذج التقسيم ويكون رد الفعل من عنده.

وللمتلقي الحرية في قبول اقتراح اللاعب الأول أو رفضه، وفي حالة الرفض لن يحصل أي من اللاعبين على شيء. ومن وجهة نظر نظرية اللعبة التقليدية ينبغي للاعب الأول أن يقدم فقط مبلغاً رمزياً، ويجب أن يقبَله المتلقي. ومع ذلك فقد أظهرت معظم النتائج أن غالبية اللاعبين المقدمين للمبلغ عرضوا أكثر من مجرد مبلغ رمزي، بل وأكثر من ذلك ذهب العديد منهم إلى اقتسام المبلغ بالتساوي. ورفض المتلقون بعض العروض؛ ما يشير إلى أنهم كانوا على استعداد لخسارة أي مبلغ عندما شعروا بأن العرض غير عادل، وهذا أيضاً من مبادئ الاقتصاد السلوكي وهو تجنب عدم المساواة.[41]

سادساً: نظرية النظام المزدوج Dual-System Theory

استخدم دانيال كانمان (الذي أوجد موطئ قدم لعلم النفس المعرفي والاجتماعي في النظرية الاقتصادية) نظرية النظام المزدوج كإطار نظري لشرح: لماذا لا تتفق أحكامنا وقراراتنا في كثير من الأحيان مع مقتضيات المنطق والعقلانية المطلقة؟ وأحد أسباب ذلك وجود نظامين للتفكير داخل عقولنا.

النظام الأول هو النظام التلقائي Automatic System الذي هو عبارة عن رد الفعل التلقائي والحاضر مع الإنسان أغلب الأوقات، وهو سريع وغير واعٍ ويقوم بعمليات التفكير الحدسية والبدهية والتلقائية المبنية على الخبرة السابقة، وكلها تتم بطريقة غير واعية نسبياً، ولا تستهلك الكثير من الجهد أو الوقت في الوصول إلى القرار، ومعظم الأعمال التي نقوم بها في حياتنا اليومية تأتي من النظام التلقائي، مثل الإمساك بالهاتف الجوال كل فترة زمنية قليلة، وعادة تناول شراب الصباح المعتاد لدى كثير من الناس، واستعمال السيارة لمسافات قصيرة، يمكن الوصول إليها في وقت أقل سيراً على الأقدام،

وعلى ذلك فإن أغلب القرارات التي نتخذها والتي اعتدنا على اتخاذها بشكل متكرر أو تلك التي تأثرنا بها بمن حولنا تعد كلها صادرة عن النظام التلقائي.[42]

بينما النظام الثاني نظام انعكاسي Reflective System يخضع لتحكم ومراقبة الإنسان وهو بطيء وواعٍ، وتجري فيه الأفكار بطريقة الأخذ والرد أو المداولة، وهو تحليلي ويستهلك الوقت لاتخاذ القرار وتحليل المعطيات المطروحة أمامه، والأحكام التي يصدرها متأثرة بالنظام الأول ويتأثر أيضاً بالانطباعات التي تأتي من المحتوى الذهني ليتمكن من التعامل معها بسهولة. ومن ناحية أخرى، فإن النظام الثاني يراقب أو يقوم بإجراء فحص للعمليات العقلية والسلوك العلني، لكنه في كثير من الأحيان يكون دون جدوى. ولتوضيح الفارق بين النظامين؛ عند اشتعال النار فإن رد الفعل الطبيعي هو الخوف الذي يصدر من النظام التلقائي، لكن بعد مرور لحظات بسيطة يقوم النظام الانعكاسي بالتفكير في طريقة إخمادها".[43]

والعديد من الاستدلالات العقلية والتحيزات المعرفية التي تناولها علماء الاقتصاد السلوكي بالدراسة ما هي إلا نتيجة للحدس والانطباعات والأفكار التلقائية التي يولدها النظام الأول. والعناصر التي تجعل للنظام الأول الهيمنة على عملية صنع القرار تتمثل في الانشغال المعرفي والتشتت وضغط الوقت والمزاج الإيجابي، في حين أن عمليات النظام الثاني تميل نحو التحسن عندما ينطوي القرار على أمر مهم وله انعكاسات مصيرية على شخص متخذ القرار، وعندما يتحمل صانع القرار مسؤولية اختياره أمام الآخرين ويكون محل مساءلة مثل دفع مبالغ الفواتير أو اختيار التخصص الجامعي أو الموافقة على عرض وظيفي. لأن اتخاذ مثل هذا النوع من القرارات يحتاج إلى التفكير والتحليل الدقيق، ومعظم الأفكار الصادرة عن هذا النظام تعبر عن الأفكار الناتجة عن تحليل الوضع وقياسه، وبالتالي اتخاذ القرار الأنسب في شكله السليم؛ مثل خفض السائق سرعة السيارة أثناء المطر لتجنب الانزلاق.[44]

إن طبيعة النظام التلقائي الذي يؤدي إلى وقوع البشر في تحيزات إدراكية وأخطاء لاواعية؛ هو ما يقود الناس إلى القفز إلى استنتاجات خاطئة، وهو ما يطلق عليه

Jumping on the gun وقرارات فاشلة. وهنا يتضح الفارق بين ما توصل إليه كاهنمان ورفيقه وما توصل إليه بيكر ونظرية الاختيار العقلاني التي تعتبر أن كل الناس يوظفون النظام الانعكاسي على أكمل وجه، وهذا التفاوت في أرض الواقع يجعل من المستهلكين فريسة للشركات ومروِّجِي السلع المختلفة.

تأثير الإتاحة Availability Effect

يعد النظام الأول – المذكور سابقاً – هو "موطن" الاستدلالات المعرفية (الاختصارات المعرفية) التي نستعملها، وهو المسؤول عن التحيزات المختلفة التي تعد أخطاءً ممنهجة، ونقع فيها حال اتخاذنا القرارات. وتؤثر عمليات النظام الأول فينا من خلال ما تعرضنا له فيما مضى من خبرات تؤثر في أحكامنا اللاحقة، التي تتشابه في تأثيرها مع تأثير الإرساء anchoring effect.[45]

ويعد الاستدلال المعرفي المبني على الإتاحة واحداً من أكثر الاستدلالات انتشاراً في حياتنا نحن البشر؛ إذ إن الإتاحة تعد بمنزلة اختصار عقلي يساعدنا على اتخاذ القرارات في الحياة اليومية، فإذا ظهر احتمال لحدوث أمر ما ينظر إليه بطريقة مبسطة لأن ما يتبادر إلى الذهن يأتي بسهولة، ولتوضيح هذا الأمر نفترض أنك تجلس في المنزل وظهرت مشكلة في الكهرباء فجأة، وأحد جيرانك يعمل كهربائياً، فأول ما يتبادر إلى ذهنك هو الاستعانة به لحل المشكلة الطارئة، وبالطبع ليس شرطاً أن يكون هو الكهربائي المؤهل لحل المشكلة، وفي غمرة انشغالك بالمشكلة نسيت أن تلجأ إلى الكهربائي الذي اعتدت التعامل معه والمؤهل لحل هذه المشكلة، وهذا هو التحيز للمتاح أو الإتاحة كأحد أشكال الاستدلال المعرفي.

ومثال آخر لتوضيح الاستدلال المبني على الإتاحة، يخضع الكثير من الناس في قراراتهم إلى الأخبار التي تتردد كثيراً، فمثلاً حوادث السيارات أعلى بكثير من حوادث الطائرات، ولكن بسبب تضخيم حوادث الطائرات فإن البشر يخافون منها أكثر. مثال آخر، ما قد يعتبره شخص ما أن استثمارات المعاشات التقاعدية محفوفة بالمخاطر نتيجة لتذكره أن أحد أفراد العائلة فقد معظم مدخراته في التراجع الاقتصادي الأخير. كما يتم

استخدام المعلومات المتاحة في الذاكرة بسهولة عند اتخاذ القرارات في المواقف المتشابهة، كما هو واضح في الاستدلال المعرفي المبني على التمثيل representativeness heuristic.

ومن ضمن أنواع الاستدلال المعرفي المستخدم في عموميات الحياة اليومية، هو تأثير المشاعر الجيدة والسيئة التي تظهر بشكل تلقائي على السطح عندما نفكر في شيء ما. وتطبيق هذا الاستدلال المعرفي يقود إلى التفكير بطريقة الأبيض والأسود، ويبدو هذا التأثير جلياً عندما يفكر الناس في شيء ما في ظل ظروف تعيق انعكاس النظام الثاني بشكل جيد مثلما يحدث عندما يتعرض الإنسان لضغط الوقت، وعلى سبيل المثال: قد ينظر المستهلكون إلى أن المواد الحافظة الغذائية فوائدها قليلة في حين أن تكلفتها مرتفعة؛ ما يؤدي إلى وجود ارتباط سلبي كبير بين المخاطر والفوائد.[46]

كما يلعب هذا التأثير دوراً في المواقف المحفوفة بالمخاطر أو تلك التي تحمل نتائج غير مؤكدة وتتضح في نموذج المخاطرة المرتكزة على المشاعر risk-as-feelings model وتميل الحسابات المتسلسلة لصنع القرار إلى التركيز على التوقعات التي تتوافق مع ما يميل إليه الإنسان أو مع ما يرغب في تحقيقه وفق الاحتمالات الممكنة. كما يوضح منظور المخاطرة المرتكزة على المشاعر في الحالات التي تكون فيها ردود الفعل العاطفية تجاه المخاطر تختلف عن التقييمات المبنية على المعرفة والإدراك والتحليل؛ إذ يميل السلوك إلى التأثر بالمشاعر الاستباقية والعواطف التي اعترت الإنسان لحظة صناعة القرار.[47]

البروز Salience

إذا كان تأثير الإتاحة هو عملية داخلية تجري داخل عقل الإنسان وتقود إلى التحيز، فإن المكافئ لهذه العملية خارجياً هو البروز؛ حيث يكون موقع المعلومات خارج العقل وبالطبع هي معلومات جديدة، أو تكون جديدة لكنها تمت بصلة لمعلومات مختزنة داخل العقل، والاحتمال الأكبر هو أن تؤثر هذه المعلومات في تفكيرنا وأعمالنا. وعلى سبيل المثال: يمكن وضع إطار لجهاز إلكتروني بأنه ينجح بنسبة 99٪ من حالاته ونسبة الفشل 1٪؛ ما يؤكد أن المعلومات إيجابية أو سلبية.[48]

يرتكز البروز أيضاً على اعتباره استدلالاً للأحكام بالاستناد إلى إشارات خارجية. وقد اعتبر بعض علماء النفس أن الاستدلال المعرفي المبني على خفض الجهد العقلي يعمل على تبسيط عملية صنع القرار لدى المستهلكين. وعلى سبيل المثال ما تحدِثه العلامة التجارية المشهورة في أذهان المستهلكين؛ إذ يكون استخدام العلامة التجارية المشهورة وذات السمعة أحد عناصر البروز التي يستنتج منها جودة منتجاتها.[49]

وفي إطار درجات البروز البصري فقد وجدت إحدى الدراسات تأثراً طردياً بين السعر وحجم الخط؛ إذ إن انخفاض سعر البيع مع صغر حجم طباعة السعر مقارنة بحجم الطباعة المعتاد أدى إلى احتمالية أكبر للشراء من عرض سعر البيع في حجم كبير نسبياً.[50] ويمكن أيضاً للبروز التحكم في الخيارات من خلال إعادة ترتيب البيئة المادية، وعلى سبيل المثال: إحداث تغيير بسيط مثل نقل زجاجات المياه بالقرب من مكان الكاشير في المقصف، حيث يؤدي هذا البروز إلى زيادة اختيار المشروبات الصحية؛ ما يعزز بشكل كبير مبيعات المياه.

التحيز للوضع الراهن والجمود Status Quo Bias and Inertia

إن العديد من الاستدلالات والتحيزات ما هي إلا نتيجة للانطباعات السريعة التي تتبادر إلى ذهننا في الحياة اليومية، وهذا رد فعل الطابع التلقائي للنظام الأول، وينعكس هذا في شكل نفور الإنسان من تغيير سلوكه. وأحد الجوانب التطبيقية لهذا الأمر هو تشكيل العادات والأنماط السلوكية التلقائية وسببها التكرار وتعلم بعضنا من بعض. والتحيز إلى البقاء في الوضع الراهن، هو أن تظل اختياراتنا كما هي، ونفضل بقاء الأمور على حالها والنزعة الملحة إلى عدم تغيير السلوك أو عدم القيام بأي شيء أو عن طريق التمسك بقرار تم اتخاذه في وقت سابق ما لم يكن حافز تغيير ذلك قوياً.[51]

وقد يحدث التحيز للوضع الراهن حتى عندما تكون تكاليف التغيير قليلة وأهمية القرار أكبر. وقد لاحظ العالمان سامويلسن وزوكهاوزر أن البقاء في الوضع الراهن مرتبط بتجنب الخسارة، وأنه يمكن تفسير ذلك من الناحية النفسية من خلال الالتزامات التي تم

تقديمها سلفاً والتفكير في التكلفة الثابتة، وكذلك التنافر المعرفي cognitive dissonance وهو الحاجة إلى الشعور بالسيطرة وتجنب الشعور بالندم. ويستند الأخير إلى ملاحظة كاهنمان وتيفرسكي أن الناس يشعرون بالمزيد من الأسف للنتائج السيئة التي تحدث نتيجة إجراءات جديدة تم اتخاذها أكثر من شعورهم بالأسف تجاه النتائج السيئة الناتجة عن التقاعس.[52]

بينما الجمود Inertia هو البقاء في حالة التقاعس عن العمل ورفض تغيير الحالة، ويعد شكلاً من أشكال نزوع الناس إلى البقاء في الوضع الراهن ويندمج مع مفهومه. ويستخدم علم النفس الاجتماعي هذا المصطلح أحياناً فيما يتعلق بالبقاء والثبات على المواقف أو العلاقات الاجتماعية (أو شعور بالالتزام تجاهها) على الرغم من كونها علاقات غير مريحة للشخص. أو هو ما نطلق عليه في حياتنا اليومية بالعادة، وحياتنا لا تعدو أن تكون مجموعة من العادات.[53]

وإحدى أهم الظواهر التي توضح هذا المبدأ هي انخفاض معدلات الالتحاق ببرامج المعاشات التقاعدية عندما يتعين على الناس ملء استمارات الاشتراك واختيار الخطة التي تتناسب مع دخلهم أو عندما يتطلب أي أمر منهم بذل جهد للتسجيل أو الاشتراك، وفي هذه الحالة فإن الطريقة الفاعلة لزيادة معدلات التسجيل في خطط المعاش هي تغيير النظام القائم.

السؤال: ما الذي يحدث عندما لا يتخذ الناس قرارات نشِطة تغير حياتهم؟ الإجابة، هي أنهم يبقون في الوضع الراهن ويعانون الجمود والمماطلة والتسويف وعدم التحكم في النفس وفي أهوائها، وكلها مشكلات يمكن تجاوزها من خلال تطبيق استراتيجية فاعلة يمكن أن توظف هذه العيوب بما يحقق المنفعة، فيمكن بمنتهى البساطة توظيف هذه العيوب السلوكية والتحايل عليها عن طريق قيد العاملين تلقائياً في برامج خطط المعاش التقاعدية، وإذا كانوا يرغبون في الخروج منها فعليهم بذل جهد عن طريق ملء الاستمارات وتقديم طلب بعدم القيد، لكن الواقع أثبت جدوى الجمود والتسويف والمماطلة؛ لأن الغالبية العظمى لن تخرج من القيد التلقائي؛ لذا فإن الوكز الهادئ بمثل هذه السياسات النافعة هو ما يُطلق عليه "هندسة صنع الاختيار choice architect".[54]

الفصل الثالث

مبادئ الاقتصاد السلوكي

مقدمة

نستعرض في هذا الفصل المبادئ النفسية والعقلية والسلوكية التي تفسر القرارات الاقتصادية بجانب النظريات، وهي الطرق التي يتم التفكير بها في القرارات وكيفية اتخاذها. وتتضمن الاستدلالات المختلفة، ومنها ما هو معرفي أو مرتكز على الإرساء والإتاحة، أو عن طريق الإدراك والتمثيل والندرة. وتتضمن التحيزات المختلفة، وهي "الميل" الذي يصيب القرار بعدم الدقة؛ فالمحرك فيه هو محرك نفسي. وأخيراً نتناول التأثيرات، وإن كانت تتشابه مع التحيزات إلا أنها تختلف عنها في كونها أخص تطبيقاً، في حين أن التحيزات أعمّ تطبيقاً. وأخيراً نستعرض بعض الجوانب السلوكية المتنوعة التي تعد مبادئ عامة في فهم السلوك الاقتصادي.

أولاً: الاستدلال Heuristic

التعريف الشائع للاستدلالات، هي اختصارات معرفية أو معرفة مبتسرة أو قواعد الإبهام، وهي عبارة عن عملية عقلية يقوم بها الإنسان للاستدلال على المواقف؛ أيْ فهمها، ومن ثم فهي تعمل على تبسيط القرارات، وتتمثل في عملية استبدال المسألة الحياتية الصعبة بمسألة أسهل، مثل الاستدلال على جودة السلعة بانخفاض سعرها أو ارتفاعه.[1]

ويؤدي الاستدلال إلى التحيزات المعرفية، وهذا أمر منطقي؛ فطالما أن الإنسان توصل إلى استنتاج معين فهو بالطبع يتحيز إلى ما توصل إليه، ويمكن وصف الاستدلال بأنه طريق سريع ومختصر، وهو بمنزلة استراتيجية عقلية طبيعية يستفيد منها الشخص بأفضل شكل من المعلومات المحدودة المتاحة أمامه.[2]

وبعض الاستدلالات التي تنجم عن التأثير والإتاحة والتمثيل هـي ذات طـابع عـام، ويشترك فيها الكثير من الأشخاص، مثلما يتفق الناس فيما بينهم حول أمر ما. وقد تكون هـذه الاستدلالات محددة بالنطاق مثل اسم العلامة التجارية، وتوافق الكثير من الناس حول كفاءة السـيارات الألمانية أو قوة السيارات الأمريكية، وهناك الاستدلال المبني على السعر وارتفاعـه أو انخفاضه، واستدلالات الندرة، مثل تقدير المجتمع للأطباء بسبب ندرتهم.[3]

ونستعرض فيما يأتي بعض أنماط الاستدلال، وهـي تنقسـم إلى نـوعين رئيسـيـين، هما: **الاستدلالات المعرفية**، وهي المعلومات المسـتمدة مـن المعـارف المختلفـة، وتتضـمن الاستدلال المرتكز على الإرساء، وعلى الإتاحة، **والاستدلالات العقلية**، وهـي المعلومـات المستمدة من معالجات العقل للمعلومات المعروضة عليه، وتتضمن الاستدلال العقلي من خلال الإدراك، وعن طريق التمثيل، وبالندرة.

1. الاستدلال المعرفي:

يتمثل تأثير الاستدلال المعرفي Affect heuristic في شـكل الاعـتماد عـلى المشـاعر الجيدة أو السـيئة التي يختبرها الإنسان وعلاقة ذلك بالمحفّز، والتقييمات المرتكزة على هـذا التأثير سـريعة وتلقائية ومتجذرة في الفكر التجريبـي، ويـتم تفعيلهـا ابتـداءً قبـل إصـدار الأحكام؛ مثل أن شخصاً قام بمشـروع لإصلاح الهواتف لكنه خسـر وخرج من السوق، ونتيجة الألم الذي اختبره وبمجرد سماع صديقه يعتزم إقامـة مشـــروع إصـلاح الهواتـف يبادر مسـرعاً بالقول إن هذا المشـروع يخسـر ولا يحقق المكاسب، فهذا شكل مـن أشـكال التلقائية في الحكم بغير تروٍّ.

وتصدر مثل هذه الأحكام التجريبية والتلقائية في بعض الأحيان عندما يتأثر الناس بالمخاطر التي توضع في إطار الاصطلاحات العددية (على سبيل المثال: من كل مئة مريض يشبهون السـيد (س)، فإن 10٪ منهم يُحتمل أن يلقوا حتفهم)، وبرغم أنها لا تعـدو أكثـر من فكرة مجردة، فإن الإطار العددي الذي صـيغت فيه يؤثر في مدى تصديق النـاس لهـذه الجملة، ويبنون حكمهم في المواقف المماثلة على هذا الأساس.[4]

وتصبح أحكام البشـر المبنية على التأثر بالاستدلالات أكثر وضوحاً عندما لا تتوافر الموارد المادية أو المعلومات الكافية أو الوقت للتفكير. والأوفق في مثل هذه الحالـة إمعـان النظر في المخاطر والفوائد التي تتحقق جرَّاء أمر معين بصورة مستقلة وحيادية. يتخـذ النـاس مواقف سلبية إزاء الطاقة النووية، إذ يعتبرون أن فوائدها منخفضة وتنطـوي عـلى مخـاطر عالية، وأن العائد منها لا يتناسب مع هذه المخاطر؛ ما يؤدي إلى الربط بين المزيد مـن المخـاطر بشكل أكبر مما هي عليه حقيقة الأمر. وإذا تم إنفاق بعض الوقـت للحصـول عـلى بعـض المعلومات الكافية فسنجد أن الطاقة النووية هي الطاقة الوحيدة غير الملوثـة للبيئـة، وأنهـا أقل تكلفة من الأنواع الأخرى. وتأثير الاستدلال يتمثل في آلية توجيه أقرب إلى التذكير.[5]

مبادئ الاقتصاد السلوكي			
الاستـدلال	التحيـزات	التأثـيرات	جوانب سلوكية متنوعة

2. الاستدلال المعرفي المرتكز على الإرساء:

الإرساء Anchoring هو حالة شعورية داخلية في الوعي، بحيـث إنـه كلـما حـدث المؤثر وُجدت الحالة نفسها للشخص مرة أخرى، ويسـاعد الإرسـاء عـلى الاسـتفادة مـن الخبرات المتراكمة للشخص عبر الزمن. وهو حالة طبيعية تحدث لنا يوميـاً، ويعـد إحـدى الأدوات الواعية التي نسـتخدمها للحفـاظ عـلى الحالـة الشـعورية الداخليـة، ويُسـتخدم الإرساء لإعادة البناء الداخلي أثناء الاستجابه للمتغيرات المحيطة، وعلى ذلك تتغير بعض عمليات الإرساء مع الوقت.

ويعد الإرساء من أشكال التأثير المبدئي ويتكون بعد عرض عدد من الأدوات مثـل النقطة المرجعية والأحكام اللاحقة حول القيمة، مثل تحديد أجر العامل في الساعة بمبلـغ 10 دولارات. ويعد المبلغ النقطة المرجعية لجموع العـمال، وتحـدث عمليـة الإرسـاء دون وعي منا، فيرتبط الناس ويتأثرون برقم معين بدون منطق محدد.[6]

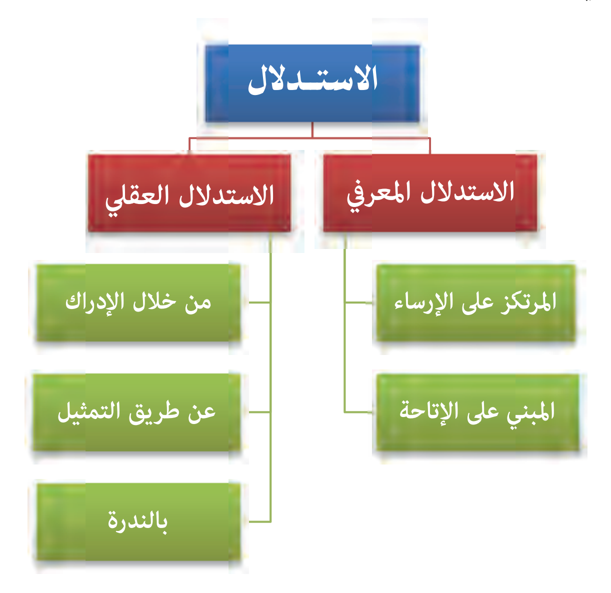
ويَظهر الإرساء في حياتنا اليومية عندما تكون تصورات الناس حول السعر متـأثرة بالنقاط المرجعية. مثال: عندما يَعرض السمسار العقارات علينـا يكـون سـعر أول منـزل

بمنزلة نقطة مرجعية تؤثر في تصورات السعر بشأن المنازل التي تُعرض علينا لاحقاً (إن كانت رخيصة نسبياً أو مرتفعة الثمن). فنقول إن هذا السعر أقل أو أكثر من سعر المنزل الأول، وكلما مر وقت نصبح أقل أو أكثر تعوداً على النقطة المرجعية.

وقد ظهرت هذه التأثيرات في سلوك المستهلِك، نتيجة ما تقوم به الشركات من استعمال أدوات الإرساء، ولم يقتصر الأمر على الإعلانات المباشرة التي تدعو إلى شراء المزيد (مثال: اشترِ 20 قطعة شيكولاتة بخصم 10٪)، بل بتحديد الكميات أيضاً (مثل الحد الأقصى 12 شخصاً)، أو الإرساء التوسعي (مثل لها 100 استخدام)، ويمكن أن يؤدي ذلك كله إلى زيادة مبيعات الشركات.[7]

3. الاستدلال المعرفي المبني على الإتاحة Availability heuristic

تُعد الإتاحة إحدى عمليات العقل الاستدلالية التي تُمكِّن الناس من إصدار الأحكام على الأمور المتشابهة بالاستناد إلى أقرب مثال أو نموذج أو فكرة تتبادر إلى الذهن بسرعة. وعلى سبيل المثال: قد يحكم المستثمرون على مدى جودة استثمار ما بناءً على المعلومات التي ظهرت مؤخراً في الأخبار، ويتجاهلون الحقائق الأخرى المرتبطة بهذا الاستثمار.[8]



وقد توصلت إحدى الدراسات إلى أن الأشخاص الذين لديهم قدرة أكبر على تذكر الإعلانات المضادة للاكتئاب يكون معدل إصابتهم بالاكتئاب أكبر من أولئك الذين يعانون انخفاض القدرة على الاستدعاء.[9] بينما المستهلكون الأقل دراية بالمعلومات يستخدمون تلك السهولة في إصدار الأحكام فيتذكرون السلع المنخفضة السعر كإشارة إلى إصدار حكمهم حول كل أسعار السلع في المتجر، ومدى إتاحة المعلومات في الذاكرة يتشابه مع الاستدلال المعرفي المبني على التمثيل.[10]

4. الاستدلال العقلي من خلال الإدراك Recognition heuristic

إن الاستدلال العقلي الرئيسي لتجارب كاهنمان وتيفرسكي حول الاستدلالات والتحيزات هو "الإتاحة availability"، وهناك استدلال آخر مشابه اقترحه جيجرينزر، وهو استدلال "عادة السريع والمختصر" كوسيلة للإدراك. وتعد استراتيجية"عقلانية طبيعية" التي تُحقق أقصى استفادة من المعلومات المحدودة المتاحة للأفراد.[11]

يعد الإدراك بمنزلة أداة يمكن الوصول إليها بسهولة لتبسيط عملية صنع القرار، وتشير إلى أنه في بعض الأحيان يمكن الوصول من خلال المعلومات القليلة إلى استنتاجات أكثر دقة. وفي إحدى التجارب، كان المطلوب من المشاركين فيها الحكم على أي من المدينتين عدد سكانها أكبر. وأظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من الاختيارات كانت مبنية على معرفة اسم المدينة. وما هو أكثر من ذلك، فقد أظهرت الدراسة أن تأثير الأقل هو أكثر، حيث تكون تخمينات الناس أكثر دقة في المجال الذي معرفتهم فيه قليلة مقارنة بالمجال الذي يعرفون فيه الكثير، فقد كان أداء المشاركين الأمريكيين أفضل عند سؤالهم عن المدن الألمانية، وكذلك حصل المشاركون الألمان على درجات أعلى حول المدن الأمريكية.

5. الاستدلال العقلي عن طريق التمثيل Representativeness heuristic:

إن الاستدلال المعرفي عن طريق التمثيل يعد واحداً من الاستدلالات الرئيسية في الأغراض العامة، ويستخدم في الحكم على الاحتمال عندما يكون شيئاً محدداً أو حدثاً، فنقول إن زيداً ينتمي إلى الطبقة (ب) بالنظر إلى الشكل الذي يقدمه تعبيراً عن طبقته،

وعندما نفعل ذلك فإننا نتجاهل الاحتمال العام لحدوث (ب) ومعدلها، ولشرح ذلك نلقي الضوء على المعضلة الآتية:[12]

زيد هو أحد المعجبين بفن الأوبرا، ويستمتع بجولاته في المتاحف الفنية في أيام العطلات، وعندما تقدم في العمر أصبح يستمتع بممارسة لعبة الشطرنج مع أفراد العائلة والأصدقاء. السؤال: أي من الموقفَين أكثر احتمالاً؟

أ. زيد هو عازف موسيقي في إحدى فرق الأوركسترا الكبيرة.

ب. زيد هو مزارع.

نسبة كبيرة من الأشخاص ستختار الاحتمال (أ) كحلٍّ للمعضلة السابقة؛ لأن وصف زيد يطابق الصورة النمطية التي نحتفظ بها داخل عقولنا عن عازفي الموسيقى الكلاسيكية والتي تختلف بلا شك عن المزارعين. لكن الواقع يقول إن احتمالية صدق الفرضية (ب) أكبر بكثير؛ لأن المزارعين يشكلون النسبة الأكبر من السكان. إن التقييمات التي تجريها عقولنا بالاستناد إلى التشابهات أو النماذج المطبوعة سلفاً في عقولنا هي عبارة عن اختصارات معرفية مبتسرة شائعة الاستخدام في مجالات الحياة المختلفة.

6. الاستدلال العقلي بالندرة Scarcity heuristic

عندما يكون الشيء أو المورد أقل توافراً (على سبيل المثال: بسبب الكمية المحدودة أو الوقت المحدد)، فإننا نميل إلى اعتباره أكثر قيمة، مثل الوقت المخصص للاختبار، أو أجر العامل في فترات الركود، وهذا الاستدلال يختلف عن فترات الازدهار. وتستخدم فكرة الندرة كثيراً في مجال التسويق لحث الناس على الشراء، مثل عبارات "الكمية محدودة" أو "خصم 70٪ خلال يومين" أو "خصم بعد الساعة الثانية عشر صباحاً".[13]

وإحدى التجارب استَخدمت إعلانات ساعة اليد كمحفزات عرضت على المشاركين، وكان الإعلان عن منتجين، الأول كان إعلانه "إصدار محدود وحصري، عجّلْ بالشراء فالكمية محدودة"، وكان إعلان الثاني "نسخة جديدة، البضاعة متوافرة".

وكان المطلوب من المشاركين أن يحددوا مدى استعدادهم لدفع ثمن المنتَج، وكان المستهلك العادي على استعداد لدفع 50٪ زيادة في الساعة الأولى لأنها نادرة.[14]

ويمكن استخدام الندرة كاستراتيجية فاعلة من قِبل مهندسي صناعة القرار لحث الناس الذين يحجمون عن اتخاذ القرار والذين يعانون المماطلة والتسويف وقصيري النظر على الاشتراك فيما يروج لهم في شكل الندرة. مثل ما قامت به إحدى الحكومات من مَنْح من يفقد كل كيلو من وزنه الزائد غرامين من الذهب، وحددت مدة المسابقة في خمسة أسابيع، هنا صيغت المسابقة في ندرتين: الأولى، كون المكافأة ذهباً. والثانية، ندرة الوقت. ومن الاستدلالات التي تتشابه مع الاستدلال عن طريق الندرة، استدلال آخر هو "خذ الأفضل Take-the-best" وهو استدلال معرفي، وهو اختصار مبسط لصنع القرار يطبقه الناس عندما يختارون بين البدائل المختلفة. وعندما يتم استخدام هذه الأداة من أدوات الاستدلال، فإن صانع القرار سيبني اختياره بناءً على السمة الأولى التي تميز الاختيار بوضوح عن باقي الخيارات.[15]

ثانياً: التحيزات Biases

تتعدد وتتنوع التحيزات التي تدور في حياة الناس وعقولهم، ولا يوجد حصر جامع مانع لها، وهي عبارة عن عملية عقلية يقوم بها الإنسان ويتخذها مرتكزاً أو خلفية عقلية لاتخاذ القرار، وهي تعمل على تبسيط الأحكام حول الموضوعات. وهناك تحيزات جرى تناولها فيما سبق؛ مثل التحيز للبقاء في الوضع الراهن، وهنا نستعرض ما لم يتم ذكره من تحيزات.

1. التحيز المعرفي Cognitive Bias[16]

إن التحيز المعرفي هو خطأ ممنهج وغير عشوائي في تفكير الإنسان في موضوع ما، فهو متكرر ولا يظهر بصورة عارضة، بمعنى أن الحكم على الأشياء ينحرف عن المرغوب فيه في الحياة وفق المعايير المقبولة عموماً، أو انحراف الحكم عن مقتضيات المنطق المجرد، وفي الغالب يرتبط الاستدلال المعرفي بالتحيز المعرفي، ومن ضمن تلك الحالات ما يتداخل

مع الإتاحة أو التمثيل، وتوصف هذه الحالة "بالبرودة"؛ لأنها لا تتفق مع دافع الشخص بالفعل، إنما هي ناتجة عن أخطاء في معالجة المعلومات. وهي ببساطة تحيز الإنسان لما يعرفه أو ما اعتاد عليه.



2. التحيز للتأكيد Confirmation bias[17]

يحدث التحيز للتأكيد عندما يتطلع الناس إلى ما يطمئنهم بشأن ما يفكرون فيه أو ما يمنحهم تقييماً للمعلومات بطريقة تتفق مع تفكيرهم الحالي وتصوراتهم المسبقة لما هم مقبِلون عليه. وحتى في مجال العلم والذي ينبغي أن تقدم فيه النظريات على أساس تفنيد ودعم الأدلة لم يسلم من التحيز، الذي غالباً ما يرتبط مع الناس وهم يحاولون تعزيز المواقف الحالية والمعتقدات. وعلى سبيل المثال: عندما يحب المستهلك علامة تجارية معينة ويُقبل على شراء سلعة جديدة من هذه العلامة فإنه يبحث في شبكة الإنترنت عن تعليقات العملاء عليها ليؤكد لنفسه صحة اختياره. والتحيز للتأكيد يعد من العمليات غير المحفزة، ودليلاً على الاعتماد على المعلومات التي يقابلها العقل في مرحلة مبكرة من التفكير.

3. التحيز بعد فوات الأوان Hindsight bias

يعرف هذا التحيز باسم "تأثير كل شيء على طول الطريق"، ويحدث عندما نتلقى معلومات جديدة تحدِث تغييرات في ذاكرتنا من الفكرة الأصلية إلى شيء مختلف. ويمكن أن يؤدي هذا التحيز إلى إصدار أحكام مشوهة حول احتمال وقوع الحدث؛ نظراً لأن نتيجة الحدث تظهر في عقولنا كما لو كانت قابلة للتنبؤ بها. وقد يؤدي هذا التحيز إلى تشويه الذاكرة المتعلقة بأحكام المعرفة الواقعية. ويمكن أن يصبح التحيز بعد فوات الأوان مشكلة في اتخاذ القرارات القانونية، مثل ميل القاضي إلى التشدد في حكم إصابة خطأ نتيجة مشاهدته حادثة إصابة خطأ أثناء ذهابه إلى المحكمة.[18]

4. التحيز للتفاؤل Optimism bias

يميل الناس إلى المبالغة في تقدير احتمال الأحداث الإيجابية ويقللون من احتمالية الأحداث السلبية، وهي ظاهرة تُعرف باسم التحيز للتفاؤل، على سبيل المثال: يقل تقدير الناس لخطر تعرضهم لحادث سيارة أو الإصابة بالسرطان مقارنة بالأشخاص الآخرين. وهناك مجموعة من العوامل التي يمكن أن تفسر التفاؤل غير الواقعي، وتشمل التحيزات لمحاباة الذات self-serving biases، والتحكم في التصورات، أو الحالة المزاجية الجيدة.[19]

5. التحيز للنسبة Ratio bias

نجد نحن –معشر البشر– صعوبة في التعامل مع الأبعاد أو النسب عن الأرقام المطلقة، على سبيل المثال: عندما يُطلب منك تقييم خطتي تأجير فيلم باستعمال مقياس زمني قصير (مثل 7 و9 أفلام جديدة في الأسبوع للخطتين A وB على التوالي) في مقابل عرض يناظره باستعمال مقياس زمني طويل (364 و468 فيلماً في السنة على التوالي)، يفضل المستهلكون الخطة الأفضل وهي (الخطة ب) أكثر من الخطة الأقل زمناً. وذلك بسبب نظامنا التجريبي؛ الذي يختلف مع نظامنا العقلاني، الذي يشفر المعلومات ويعتبرها تمثيلات ملموسة، والأرقام المطلقة أكثر تأثيراً من النسب أو النسب المئوية.[20]

ثالثاً: التأثيرات Effects

تتشابه مع التحيزات في كونها تؤثر في الأحكام والقرارات التي نتخـذها في الحيـاة، وتشكل الخلفية العقلية لهذه القرارات.



1. تأثير المغالاة فيما هو مملوك Endowment effect

يحدث هذا التأثير عندما يبالغ الناس في تقديرهم لسلعة مـا لمجـرد أنهـم يملكونهـا بغض النظر عن قيمتها السوقية والموضوعية. ويوضح هذا التحيـز تـردد النـاس نسـبياً في التخلي عن سلعة يمتلكونها مقابل ما يعادلها من نقود، أو إذا كـان المبلـغ الـذي يسـتعدون لدفعه مقابل السلعة أقل من المبلغ الذي يستعدون لقبوله حال بيعهم لسـلعتهم. إذ يضـع الناس قيمة أكبر للأشـياء لمجرد أنها ملكهم ويفرضون استئثاراً واستحواذاً عليهـا، وهـذا المنطق ينطبق بشكل خاص على السلع غير المتداولة في الأسواق بيعـاً وشــراءً، وعـادة مـا تكون السلع ذات أهمية رمزية، أو مرتبطة بخبرة معينة، أو لها أهمية عاطفية. تـأثير المغـالاة فيما هو مملوك هو مثال توضــيحي للتحيـز بالبقـاء في الوضـع الـراهن ويمكـن تفســيره بتجنب الخسارة.[21]

يمكن للنظرية الاقتصادية الكلاسيكية بالكاد أن تفسر الفارق الكبير بين الاستعداد للدفع willingness to pay (WTP) والاستعداد للقبول willingness to accept (WTA) وفسر ثالر ذلك؛ إذ لاحظ أن تخلي الإنسان عن أي شيء يعد بالنسبة إليه خسارة، وعلى ذلك يتصرف الأفراد، كما لو أن الشيء الذي يملكونه قيمته أكبر من الشيء نفسه لو كان مملوكاً لغيرهم، وقد صاغ التأثير ريتشارد ثالر عام 1980. وأظهر ثالر أيضاً تأثير المغالاة فيما هو مملوك على الفارق بين التكاليف غير المنظورة (التكاليف غير المباشرة) وتكاليف الفرصة البديلة؛ إذ يميل الناس إلى اعتبار التكاليف غير المنظورة على أنها خسائر، ووزنها النسبي أكبر، بينما يعتبرون تكاليف الفرصة البديلة مكاسب مهدرة، ووزنها النسبي أقل. وقدم ثالر العديد من الأمثلة لكيفية استخدام الشركات تأثير المغالاة فيما هو مملوك حال تسويقها منتجاتها لجموع المستهلكين. ومن أمثلة ذلك الإشارة إلى "الخصومات النقدية" بدلاً من "الرسوم الإضافية لبطاقات الائتمان"؛ من أجل تصوير أن تكلفة استخدام بطاقة الائتمان ربحٌ ضائع بدلاً من اعتبارها خسائر متحققة.[22]

وتشير بعض الأبحاث إلى أن الأسواق التي يهيمن عليها التجار المحترفون يكون فيها تأثير المغالاة فيما هو مملوك أقل وضوحاً وأهمية عن غيرها من الأسواق. وقد أكدت أبحاث وجود تأثير المغالاة فيما هو مملوك في عيّنة من غير التجار المعنيين في سوق تجارة البطاقات الرياضية، بينما اختفى تأثير المغالاة فيما هو مملوك على عيّنة التجار المحترفين في السوق نفسه. والتفسير العلمي لهذه النتيجة يعود إلى أن التجار المحترفين أقل احتمالاً للإصابة بالارتباط بالسلعة التي يعملون في تجارتها.

2. تأثير أيكيا IKEA effect

يشير تأثير المغالاة فيما هو مملوك إلى أن مجرد امتلاك شيء ما يزيد من قيمته لدى الفرد، وعلى ذلك فإن تأثير (أيكيا) دليل على أن العمل المستثمر الذي تم إنفاقه في شيء ما يؤدي إلى تضخيم قيمة هذا الشيء. وفي سلسلة من التجارب، طلب من الأشخاص تركيب صناديق أيكيا –وهي مهمة بسيطة ومملة– أو الاشتراك في الأنشطة الأكثر متعة؛

مثل فن الأوريجامي أو بناء قطع الليجو. بعد ذلك، كان على المشاركين طلب مبالغ بسيطة مقابل الأشياء التي صنعوها بأنفسهم، أو الأشياء المصنوعة بحسب الطلب، أو نظيرتها المصنوعة على يد محترفين، فكانت النتائج مذهلة؛ لقد عرض الأشخاص مبالغ أكبر إلى حدٍّ ملحوظ مقابل الأشياء التي صنعوها بأنفسهم، حتى في حالة صناديق أيكيا البسيطة. أما فيما يتعلق بفن الأوريجامي، فقد طلبوا مبالغ من المال مقابل مجسم الضفدع أو الطائر الذي صنعوه بأيديهم تضاهي تقريباً في ارتفاعها تلك التي تُدفَع مقابل مجسمات الحيوانات المشغولة على أيدي محترفين، برغم أن مشاركين آخرين صنفوا لاحقاً جهودهم على أنها «أوراق مجعدة لا تساوي شيئاً تقريباً».[23]

وهذا يعني أن الخبراء والهواة وقعوا هم أنفسهم تحت تأثير أيكيا. وتوضح الأبحاث أيضاً أن حصول هذا التأثير لا يرجع ببساطة إلى مقدار الوقت الذي أنفقه الشخص في عمليات الإنشاء؛ نظراً لأن تفكيك منتج سبق إنشاؤه سلفاً يؤدي إلى اختفاء التأثير. وقد أطلِق على هذه الظاهرة اسم تأثير أيكيا؛ تكريماً للشركة التي استغلت هذه الظاهرة لتُحقق بعد ذلك إنجازات عظيمة. فهذه الشركة -التي تُعد أكبر شركة لبيع الأثاث بالتجزئة في العالم- رائدة في تحويل تكاليف العمالة إلى المشتري وجني الشهرة في مقابل ذلك.

حين ظهرت خلطات الكعك الفورية في أسواق الولايات المتحدة الأمريكية في منتصف القرن الماضي، كانت مبيعاتها مخيبة للآمال، فتوجَّه إرنست ديشتر إلى مطابخ المواطنين ليتحقق من الأمر.[24] وخلص من المقابلات التي أجراها إلى أن هذه الخلطات سهَّلت عملية الخبز أكثر مما ينبغي، فشعر المستهلكون بأن هذا الأمر قلل من شأنهم. وعلى ذلك، تطلّب الجيل التالي من الخلطات إضافة البيض الطازج. وبيعت هذه الخلطات بسرعة كبيرة. ويقول مايكل نورتون: "لدى الأشخاص قناعة داخلية قوية بأن الجهد يساوي الجودة. ويعتقد الناس أنه إذا بُذل الجهد في الشيء، فستكون النتيجةُ هي الحصول على جودة أعلى".[25]

ولتأثير أيكيا أهمية خاصة في الوقت الراهن؛ نظراً للتحول الحاصل في الإنتاج من الإنتاج الضخم الذي يفرض على السوق إلى الإنتاج المخصص الذي يناسب الأفراد كلاً على حدة والقيمة المرتكزة على الإنتاج المشترك. ويتضمن التأثير مجموعة من التفسيرات المحتملة، مثل المشاعر الإيجابية التي تأتي مع اكتمال المهمة بنجاح، والتركيز على السمات الإيجابية للمنتَج، والعلاقة بين الجهد والإشباع. ويعد الاستدلال المستمد من الجهد The effort heuristic مفهوماً آخر يقدم الصلة بين الجهد المتصور بذله والتقييم.

3. تأثير الفخ Decoy effect

غالباً ما تكون الاختيارات استناداً إلى ما هو معروض بدلاً من أن ترتكز على التفضيلات المطلقة. ومن هذه الناحية يعرف تأثير الفخ بأنه خيار يهيمن على الاختيارات بشكل غير متماثل. ويحدث عندما يختار الناس اختياراً واحداً بدلاً من آخر نتيجة إضافة اختيار ثالث (مماثل لما هو معروض لكنه أقل جاذبية)، مثل قيام الشركات بطرح ثلاثة منتجات أحدها مرتفع الثمن وشكله أنيق، وآخر سعره أقل قليلاً لكن شكله لا يضاهي أناقة الأول، أما الثالث فهو وسط بين الاثنين؛ في سبيل إجبار المستهلك بطريقة غير واعية على شراء المنتج الأغلى، أو في شكل اشترِ اثنين واحصل على الثالث مجاناً، ويكون ذلك العرض للسلع التي لا تلقى رواجاً.[26]

4. تأثير الهالة Halo effect[27]

تطور هذا المفهوم في مجال علم النفس الاجتماعي، ويعني تقييم عموم الناس لشخص ما يؤثر أحياناً في إدراك الناس لسمات أخرى لا صلة لها بالشخص نفسه. وعلى سبيل المثال: يمكن اعتبار الشخص الودود أن له مظهراً جسدياً لطيفاً، في حين يمكن تقييم الشخص البارد على أنه أقل جاذبية. وتم تطبيق تأثيرات الهالة في مجالات علم النفس. فعلى سبيل المثال، وجَدت إحدى الدراسات حول "الهالة الصحية" أن المستهلكين يميلون إلى اختيار المشروبات والحلويات والأطباق الجانبية ذات السعرات الحرارية المرتفعة في مطاعم الوجبات السريعة التي يعلَن عنها باعتبارها أغذية صحية (على سبيل المثال: مطعم صاب واي) مقارنة بمطاعم أخرى (مثل ماكدونالدز).[28]

5. تأثير الأقل هو الأفضل Less-is-better effect

يركز صانعو القرار بدرجة أقل على السمات المهمة التي تتأثر بشكل أكبر بالسمات التي يسهل تقييمها، وذلك عندما يتم تقييم الأشياء كلاً على حدة بدلاً من تقييمها بشكل مشترك مع بعضها بعضاً. ويشير تأثير الأقل هو الأفضل إلى عكس التفضيل عندما يتم اعتبار الأشياء مقترنة ببعضها بعضاً بدلاً من اعتبارها منفصلة. وقدمت إحدى الدراسات للمشتركين فيها خيارين لتناول العشاء، يشمل الخيار الأول أربعين قطعة منها تسع قطع مكسورة، وتضمن الخيار الثاني أربعاً وعشرين قطعة كلها سليمة، وكان الخيار الأول متفوقاً على الخيار الثاني؛ إذ تتضمن إحدى وثلاثين قطعة سليمة، ولكن عندما تم تقييمها بشكل منفصل كان الأفراد على استعداد لدفع سعر أعلى للمجموعة الثانية، وعندما تم تقييم الخيارين معاً تبينت زيادة الاستعداد لدفع مبلغ أعلى للخيار الأول.[29]

ومن الموضوعات التي تتشابه مع تأثير الأقل هو الأفضل، ما يطلق عليه التفضيل المعكوس الذي يشير إلى التغيير الذي يطرأ على التردد النسبي حول أحد الاختيارات الذي قد يكون مفضلاً على الآخر، ويعد بمنزلة دليل على تأثير الأقل هو الأفضل، أو التحيز إلى النسبة، أو تأثير التأطير. وغالباً ما يتبين أن الترتيب المفضل لاختيار زوج من الخيارات يتوقف على الكيفية التي تم تقديم الخيار بها، وهذا التأثير يتعارض مع توقعات نظرية الاختيار العقلاني.

6. تأثير الترخيص Licensing effect[30]

يُعرف أيضاً بالترخيص الذاتي، ويظهر هذا التأثير عندما يسمح الناس لأنفسهم بفعل شيء سيئ (على سبيل المثال: أمر غير أخلاقي) بعد القيام بشيء جيد (على سبيل المثال: أمر أخلاقي) أولاً. وفي أحد الأبحاث التي أجريت في كندا طلب من المشاركين التسوق عبر الإنترنت إما من متجر أخضر (يبيع منتجات صحية) أو من متجر تقليدي. وفي إحدى مراحل التجربة حصَّل المشاركون الذين تسوَّقوا من متجر أخضر نقوداً أقل

في لعبة الديكتاتور. وفي إحدى المراحل الأخرى من التجربة سُمح للمشاركين بالكذب (حول أدائهم في تنفيذ المهمة) وسُمح لهم أيضاً بالغش (الحصول على المزيد من المال من المظروف بأكثر مما حصلوا عليه بالفعل)، وأظهرت التجربة المزيد من الكذب والغش بين من قاموا بالتسوق من المتاجر الخضراء.[31]

7. تأثير الإفراط في المسوغات Over-justification effect

يحدث هذا التأثير عندما ينخفض الاهتمام الشخصي للشخص في نشاط سابق بغير مقابل (نشاط خيري مثلاً) بعد انخراطه في هذا النشاط بحسبان أن الهدف الذي يسعى إلى تحقيقه هو هدف غير شخصي (مثل المكافأة المالية)،[32] ونتيجة لذلك فإن عدد ساعات عمل المتطوعين قد تتأثر سلباً بالمكافآت المالية القليلة.[33]

8. تأثير الثقة الزائدة Overconfidence effect

يظهر تأثير الثقة الزائدة عندما يشعر الناس بثقة شخصية في أنفسهم وقدراتهم الخاصة لا تتناسب مطلقاً مع قدراتهم الموضوعية وأدائهم الفعلي. وقد تم قياسها مراراً من خلال جعل المشاركين في التجارب العلمية يجيبون عن أسئلة اختبارات المعلومات العامة، ثم يطلب منهم تقييم مدى ثقتهم بإجاباتهم وفق مقياس معين. ويمكن قياس الثقة الزائدة عن طريق حساب نتيجة معدل متوسط ثقة الشخص مقارنة بالنسبة الفعلية للأسئلة التي أجاب عنها بشكل صحيح. وقد عُزيت مجموعة كبيرة من المسائل العقلية إلى الثقة الزائدة، بما في ذلك ارتفاع معدلات أصحاب المشروعات الذين يدخلون السوق، على الرغم من انخفاض نسَب النجاح، ويوهمون أنفسهم بالنجاح المتمثل داخل عقولهم فحسب. وتعد مغالطة التخطيط مثالاً آخر للثقة الزائدة؛ إذ يقلل الناس من طول الوقت الذي يستغرقه إتمام مهمة ما، أو يقلّلون من تقدير التكاليف لتهوين الأمر على أنفسهم، وغالباً ما يقترن به تجاهل الخبرة الماضية.[34]

رابعاً: جوانب سلوكية متنوعة



1. وهن القرار Decision fatigue

مما لا شك فيه أن هناك تكاليف نفسية لاتخاذ القرار وتنفيذه، ولما كان الاختيار قد يكون صعباً ويتطلب جهداً ذهنياً تماماً مثل أي نشاط آخر في الحياة، فإن المسافات الزمنية الطويلة لصنع القرار يمكن أن تؤدي إلى اختيارات فقيرة. وهذا النمط في التفكير نجده كثيراً في الحياة اليومية، مثل حيرة شخص ما فيما يتناوله طعاماً للغذاء، ويُعمل عقله ويقرأ قوائم الطعام، ويفاضل بينها، وينتهي به الأمر لتناول الغذاء المعتاد. وينعكس وهن القرار على تنظيم الإنسان لذاته والمتمثل في القدرة المتناقصة على ممارسة ضبط النفس، والتحكم فيها. وهن القرار وضعفه يستهلكان الموارد اللازمة لاتخاذ خطوات تنفيذية فيما يرغب فيه الإنسان، وهذا العيب يطبق على الأنشطة الحياتية كافة.[35]

2. تدرج القرار Decision staging

عندما يتخذ الأشخاص قرارات معقدة أو طويلة، مثل شراء سيارة، فإنهم يميلون إلى استكشاف خياراتهم بشكل متتابع؛ أيْ على مراحل. فيبحث في مرحلة أولى عن العلامة

التجارية، ثم نوع السيارة، ثم مواصفات السيارة، ثم لون السيارة، ثم كيفية الشــراء.. إلـخ. ويتضمن ذلك المعلومات التي يجـب التركيـز عليهـا، وكـذلك المفاضـلة بـين الخصـائص والبدائل. وعلى سبيل المثال: عندما يضـيق الناس من اختياراتهم فإنهم غالباً ما يميلون إلى فحص البدائل على أساس مجموعة فرعية من الصفات المشتركة، ثم عقب ذلـك يقـارنون بين البدائل المختلفة. ولا تقتصـر عملية هندسة القـرار عـلى تجزئـة القـرارات المعقـدة إلى مراحل متعددة في سبيل تسهيل عملية القرار فحسب، بل تمتد أيضاً إلى العمل على فهم صناعة القرار المتسلسلة عن طريق إجراء مقارنات معينة في مراحل مختلفة من عملية الاختيار.[36]

3. استنزاف الأنا Ego depletion

إن مفهوم استنزاف الأنا مستمَّد من نظرية التحكم في النفس في علم النفس. ووفق هذه النظريـة تعمـل قـوة إرادة الإنسـان كـما تعمـل العضـلات تمامـاً، فـيمكن اسـتعمالها وتطويرها ويمكن إهمالها وهدرها. وقد وجدت الدراسات أن المهام التـي تتطلـب مزيـداً من التحكم في النفس تؤدي إلى إضعاف هـذه العضـلات، ومـن ثـم اسـتنزاف الأنـا؛ مـا يقلص لاحقاً القدرة على ممارسة ضبط النفس.

وفي التجارب المعملية تم وضع اختبـارات لاسـتنزاف الأنـا بالعديـد مـن الطـرق المختلفة، مثل الإجبار على قمع العواطف أو الأفكار. أو الاضطرار إلى اتخاذ مجموعـة مـن القرارات الصعبة. والنتيجة المترتبة على استنزاف الأنا هي جعل الناس يتخـذون قـرارات أقل التزاماً لكون طاقتهم قد أهدِرت في وقت سابق، وعلى سبيل المثال: يكون من الأرجح اختيار المستهلكين للأغذية غير الصحية عن اختيارهم للأغذية الصحية بعـد اسـتمرارهم فترة زمنية في تناول الأغذية الصحية.[37]

4. استبعاد بعض الجوانب Elimination-by-aspects

يمتلك صناع القرار مجموعه متنوعـة مـن الاسـتدلالات العقليـة تحـت تصــرفهم عندما يقومون بالاختيارات فيما بينها. ويشـار إلى أحـد الاسـتدلالات العقليـة لتخفـيض المجهود عند اتخاذ القرار ما يعرف باسم "استبعاد بعض الجوانب"، وعندما يتم تطبيق هذا

الاستدلال فإن صانع القرار يعمل على الحد من البدائل المتاحة للاختيار تدريجياً، ويبدأ بالجانب الذي يراه أكثر أهمية. ويتم تقييم الجوانب واحداً تلو الآخر حتى تبقى بدائل أقل وأقل من مجموعة الخيارات المتاحة. وعلى سبيل المثال: يقوم المستهلك بالمقارنة بين مجموعة من أجهزة التلفاز على أساس العلامة التجارية، ثم حجم الشاشة، ثم السعر، ... إلخ، حتى يتبقى اختيار واحد.[38]

5. مغالطة المقامر Gambler's fallacy

يشير مصطلح "مغالطة المقامر" إلى الاعتقاد الخاطئ لدى البعض بأن الأحداث المستقلة مترابطة ومتداخلة. على سبيل المثال: قد يختار لاعب الروليت أو اليانصيب عدم المراهنة على الرقم الذي ظهر له في الجولة السابقة. على الرغم من أن الناس عادة ما يدركون تمام الإدراك أن الأرقام المتتالية للأعداد غير متصلة ولا علاقة بين بعضها بعضاً، لكن شعورهم الغريزي يخبرهم بخلاف ذلك.[39]

6. العادة Habit

تعد العادة نمطاً تلقائياً وصلباً للسلوك، وتُكتسب من خلال التكرار وتتطور عبر التعلم المستمر مع مرور الوقت، عندما تصبح التصرفات مقترنة بشكل متكرر مع سياق ما أو حدث بعينه وتتضمن "حلقات العادة" إشارةً ما تؤدي إلى إجراء معين، ثم تؤدي إلى سلوك فِعْلِيٍّ، ومن ثم المكافأة.[40]

وعلى سبيل المثال: معتادو شرب الكحوليات عندما يعودون من العمل إلى منازلهم (الإشارة) يقومون بشرب البيرة (السلوك)، وهنا يشعرون بالراحة (المكافأة). وقد تخدم هذه السلوكيات في البداية لتحقيق هدف معين، لكن بمجرد أن يصبح الفعل أوتوماتيكياً ومعتاداً يفقد الهدف أهميته. على سبيل المثال: قد يكون تناول (الفشار) في السينما عادة بغض النظر عن كونها فكرة لا محل لها من الإعراب، ويمكن الربط بين العادات والتحيز للوضع الراهن.[41]

7. التأقلم على المتعة Hedonic adaptation

يعتاد الناس التغييرات الجيدة والجديدة التي تحدث لهم نتيجة تجارب الحياة المختلفة، ويشار إليها باسم "التكيف على المتعة"، أو "حلقة المتعة المفرغة"، كما في حالة السعادة التي تنتاب الشخص مع امتلاكه سيارة جديدة مثلاً، أو مع زيادة راتبه، لكن هذه الحالة من السعادة والمتعة تتضاءل مع الوقت، وينطبق الأمر نفسه على أحداث الحياة ذات التأثير السلبي، مثل فواجع الأمور أو العجز عن تحقيق المستوى المادي المعتاد، وعند حدوث ذلك يعود الناس إلى خط أساس مستقر نسبيّاً من السعادة. ويرى البعض أن تكرار التجارب الإيجابية الصغيرة مثل ممارسة الشعائر الدينية أو التمارين الرياضية له تأثير أطول استمراراً على رفاهية وسعادة الإنسان أكثر من الأحداث الرئيسية المبهجة في الحياة.[42]

8. تجنب الندم Regret aversion

يستخدم مصطلح "الندم" لوصف الإحساس بالحزن أو الإحباط بسبب القيام بشيء ما أو عدم فعل شيء ما. فقد يندم الشخص على شراء سيارة أحلامه عندما تتعطل لعدم وجود قطعة الغيار المتسببة في العطل. وينتج هذا الشعور عند مقارنة النتيجة الفعلية بالنتيجة المرجوة؛ ما يُشعر الإنسان بالمسؤولية وإلقاء اللوم على النفس لخيبة الأمل. ويعد الشعور بالندم أحد أهم المشاعر التي تتدخل في اتخاذ القرار. وعند قيام الشخص باتخاذ قراراته يأخذ في اعتباره مدى شعوره بالندم أو عدم شعوره بالندم كأحد محددات هذا القرار.[43]

ومثال ذلك، عندما يرى شخص أن سلعةً ما معروضة عليها تخفيض كبير، فإن خوفه من الشعور بالندم لعدم اتخاذ قرار شرائها، يعد من عناصر اتخاذ قرار الشراء، وقد يندم أيضاً بعد شرائها لعلمه أنه لم يكن لها داعٍ، وكانت سلعة كمالية يمكن الاستغناء عنها. وعلى ذلك يعد سعي الناس إلى تجنب الندم أحد محددات القرار الاقتصادي.

9. تناول الطعام بلا عقل Mindless eating

توجد مجموعة متنوعة من العناصر غير الواعية التي تؤثر في مقدار ونوعية ما يستهلكه الناس من طعام، وغالباً ما تعمل هذه العناصر مؤشراتٍ داخل البيئة المحيطة، وقد تشمل طريقة التقديم وشكل التعبئة والأشخاص والعلامات التجارية والأجواء المحيطة. وهذه العناصر توحي للمستهلك بما يتناوله وكميته ويعد طبيعياً ومناسباً ونموذجياً ومعقولاً وكافياً لاستهلاكه. وهناك تجربة جرى فيها إعطاء ثلاثة أشخاص ثلاث علب (فشار) سيئ الطعم: الأول علبة كبيرة، والثاني متوسطة، والثالث صغيرة، وطُلب منهم مشاهدة فيلم في السينما، وبعد الفيلم سألوهم عن طعم الفشار فأجاب جميعهم بأنه سيئ، لكنهم وجدوا أن الثلاثة بشكل لا إرادي تناولوا نصف الكمية. وتسهم التحيزات الإدراكية في تشويش حاسة الاستهلاك، على سبيل المثال: يقلل الناس من أهمية السعرات الحرارية في عبوات الأغذية الكبيرة، ويميلون إلى الاهتمام بأنفسهم باستخدام أوانٍ وأطباق وأوعية أكبر حجماً.[44]

10. التنويع الساذج Naive allocation

أثبتت الأبحاث أن الناس يوزعون الموارد المحدودة بالتساوي عبر مجموعة من الاحتمالات، ويشار إليها باصطلاح "التنويع الساذج"، وعلى سبيل المثال: يستثمر الناس مبالغ متساوية في خيارات استثمارية مختلفة بغض النظر عن مدى جودتها. وتشير الأبحاث إلى أن مهندسي صناعة القرار يمكنهم الاستفادة من هذه الميول الإنسانية بسبب الاعتماد على التقسيم عند صناع القرار، مثل فصل خيارات الطعام الصحي إلى أقسام مختلفة في قائمة الطعام (مثل: فواكه، وخضروات) والجمع بينها وبين خيارات أخرى غير صحية في قائمة الطعام نفسها (مثل: الحلويات، والمعجنات)، ومن ثم يمكن توجيه المستهلك نحو اختيار المزيد من خيارات الطعام الصحي وعدد أقل من خيارات الطعام غير الصحي.[45]

11. التقسـيم Partitioning[46]

يمكن تقليل معدل الاستهلاك عن طريق تقسـيم الموارد المادية إلى وحدات أصغر، على سبيل المثال: تغليف الكعكات كل واحدة على حـدة، وتقســيم الأمـوال في مغلفـات عدة. عندما يتم تقسـيم الموارد إلى وحدات أصغر يصبح أمـام المسـتهلكين نقـاط إضـافية لاتخاذ القرار؛ إذ يظهر في عقولهم عقبة نفسـية تدفعهم نحو التوقف والتفكـير بـتروٍّ، هـذا بالإضافة إلى التكلفة التي يتكبدها عند استخدام المـوارد، تـؤدي إلى تكـوين وعـاء ذهنـي جديد للموارد يؤدي إلى إحداث تكلفة نسبية مرتفعة مثل الشعور بالذنب، وقد توصـلت الأبحاث ذات الصلة إلى أن حسابات المدفوعات العقلية المنفصـلة (مثـل وضـع الأمـوال داخل مغلفات) يمكن أن تعطل تأثير زخم التسوق الذي قد يظهـر بعـد عمليـة الشــراء الأولى.[47]

12. قاعدة نهاية الذروة Peak-end rule

وفقاً لهذه القاعدة، فإن ذاكرة البشـر عن التجربة الماضـية، سواء مبهجة أو حزينة لا تتوافق مع متوسـطات مسـتوى المشـاعر الإيجابيـة أو السـلبية، لكـن مـع أقصــى نقطـة متطرفة.[48] وقد تطورت القاعدة من النتائج التي أظهرت أن تقييمات الجولة السابقة تتحدد بواسطة متوسط مرجح للقطات مستمدة من تجربة ما. وترتبط هذه اللحظات النموذجيـة بالأحكام التي يصدرها الناس استناداً إلى الاستدلال العقلي التمثيلي.[49]

13. التفضـيل Preference

تُعد التفضـيلات في علم الاقتصـاد دلـيلاً عـلى الاختيـارات الــمُثلَى مـن الناحيـة النظرية أو الخيارات السلوكية الواقعية التي يختارها الناس عنـدما يفاضـلون بـين البـدائل المختلفة. وتتطلب التفضـيلات أيضاً ترتيباً معيناً للخيارات المختلفة من حيث مسـتويات السعادة المتوقعة ومدى الإشباع المتحقق والمنفعة المترتبـة عـلى ذلـك الخيـار وغيرهـا مـن الأطر.[50] وفي بعض الأحيان يتم استخلاص التفضــيلات مـن الأبحـاث الاستقصـائية،

التي قد ترتبط معها مجموعة من المشكلات من التحيز الافتراضي عندما تختلف التفضيلات المفترضة عن الاختيارات الفعلية. وقد طور أرمين فولك هو ومجموعة من زملائه أسئلة استقصائية عبر الثقافات المختلفة تعد ذات توقعات صحيحة حول التفضيلات في التجارب السلوكية. وتتضمن أسئلة حول المجازفة والتفضيلات الاجتماعية وعدم احتساب الزمن.[51]

14. مفهوم القشرة الخارجية Priming Conceptual

إن مفهوم القشرة الخارجية هو تقنية وعملية تم تطبيقها في علم النفس الذي يؤدي إلى انخراط الناس في مهمة معينة، أو يجعلهم أكثر عرضة للتحفيز لفعلها. القشرة تتكون من المعاني (مثل الكلمات) التي تعمل على تنشيط الذكريات المرتبطة (مخطط، صورة نمطية، سلوك، مواقف ...إلخ) وقد تؤثر هذه العملية في أداء الناس في مهمة لاحقة.[52] وعلى سبيل المثال: حددت إحدى الدراسات القشرة الخارجية للمستهلكين بكلمات تمثل إما علامات تجارية في بيع التجزئة في الولايات المتحدة "ذات المكانة المرموقة" (تيفاني، نيمان ماركوس، نوردستورم)، وإما العلامات التجارية "الموفرة" (وول-مارت، كيه مارت، دولار ستور).[53]

وفي مهمة لا علاقة لها بما سبق عرضه ظاهرياً، فإن المشاركين الذين تم وضعهم مع الأسماء التجارية ذات المكانة المرموقة أعطوا تقييمات تفضيل أعلى للأخيرة مقابل الخيارات الموفرة. يختلف مفهوم القشرة الخارجية عن العمليات التي لا تعتمد على تنشيط المعاني مثل القشرة الإدراكية، ومجرد تأثير التعرض (زيادة التعرض يزيد من احتمالية تنفيذه) والتعرض للمؤثرات الشعورية (التعرض لاشعورياً لمحفز يثير المشاعر الإيجابية أو السلبية) أو رابط التصور- السلوك (مثل: التقليد والمحاكاة).[54]

15. المخاطرة باعتبارها مشاعر Risk-as-feelings

العواقبية هو مصطلح يشير إلى فئة من النظريات الأخلاقية المعيارية التي تحكم تصرف الشخص بناءً على عواقب هذا التصرف. وعليه، يتبين أن التصرف السليم

سوف ينتُج عنه نتائج حميدة. وعلى ذلك، عندما يصنع القرار في ظل المخاطرة أو عدم التيقن فإننا نميل إلى التركيز على أحد أمرين: إما العوامل المعرفية وحدها، وإما أخذ العواطف في الاعتبار باعتبارها نتيجة متوقعة لهذا القرار.

ومن ناحية أخرى، فإن فرضيات المخاطرة باعتبارها مشاعر تتضمن أيضاً العواطف باعتبارها عاملاً استباقياً؛ أي الشعور في لحظة صنع القرار. وعلى النقيض من نظريات أخرى، مثل تأثير الاستدلال، حيث تلعب المشاعر فيها دوراً إعلامياً يساعد الناس على الاختيار بين البدائل المختلفة، فإن نظرية المخاطرة باعتبارها مشاعر يمكن إدخالها في حساب الحالات التي تكون فيها الخيارات متباعدة عما يعتبره الأفراد أفضل لمسار العمل بشكل موضوعي ودون تدخل العواطف (على سبيل المثال: القلق الشديد المرتبط بالسفر بالطائرات).[55]

16. المنفعة Utility

مصطلح المنفعة من المصطلحات المهمة في علم الاقتصاد وتشير إلى الفوائد (إما إشباعاً أو سعادة) التي يجنيها المستهلكون من السلعة، ويمكن قياسها بناءً على اختيارات الأفراد بين البدائل المختلفة أو التفضيلات المتباينة التي يحددها مدى استعدادهم لدفع مبلغ من النقود. وقد شكك علماء الاقتصاد السلوكي في الافتراضات السابقة بشأن تعظيم المنفعة دائماً، وقد عملوا أيضاً على القياسات الجديدة والتقليدية لقياس المنفعة.

وتم استخدام المنفعة المتوقعة في نظريتَي اللعبة والقرار ونظرية الاحتمالات التي تستند إلى اختيارات ذات نتائج غير مؤكدة. وهناك المنفعة المستمدة من الخبرة السابقة التي ترتبط بالخبرة الفعلية (المتعة) التي ارتبطت بالنتيجة والمرتبطة بالنظريات الخاصة بأخطاء التنبؤ مثل التحيز للتنويع. أما المنفعة المحفورة في الذاكرة فتقترح أن اختيارات الأفراد أيضاً ترتكز على ذكرياتهم الخاصة حول الأحداث الماضية، ويحتج بها في قاعدة نهاية الذروة.

بينما المنفعة الإجرائية Procedural utility ذات صلة أيضاً إذا كانت القيمة التي يبحث عنها الناس ليست النتائج فحسب، لكن أيضاً الخطوات التي تؤدي إلى هذه النتائج. في حين أن المنفعة الاجتماعية تم دمجها مع نظرية اللعبة، حيث لا يبحث اللاعبون دوماً عن الاهتمام بمصلحتهم الشخصية فحسب، بل يظهرون أيضاً مخاوف حول النوايا المتصورة للاعبين الآخرين والعدالة.[56]

الفصل الرابع

الأبعاد الزمنية والاجتماعية في الاقتصاد السلوكي

مقدمة

في هذا الفصل نستعرض بُعدَي الزمن والمجتمع، اللذين يضعهما الاقتصاد السلوكي في اعتباره أثناء تقييم قرار اقتصادي سبق اتخاذه، أو قرار اقتصادي مزمع اتخاذه. كثير من قراراتنا نتخذها ونلغي من الحسابات عنصر الزمن. فنتخذ قراراً اليوم وتكون آثاره في الغد. وتلعب الأبعاد الاجتماعية دوراً في القرارات. ولم تضع نظريات الاقتصاد الكلاسيكي هذه الأبعاد في حسابها أثناء تحليل القرار الاقتصادي، وتوقفت عند فرضية "عقلانية متخذ القرار" فحسب.

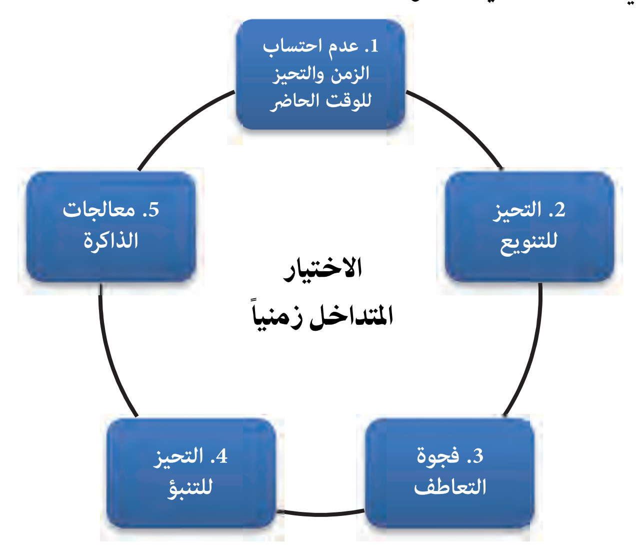
المبحث الأول: الاختيار المتداخل زمنياً Intertemporal Choice

تعد الأبعاد الزمنية Time Dimensions لتقييمات البشر وتفضيلاتهم واختياراتهم، التي تتغير دوماً بتغير الزمن، أحد المجالات المهمة التي يتناولها الاقتصاد السلوكي، ويرتكز عليها في تفسير السلوك الاقتصادي. وعلى ذلك توظف في سبيل اتخاذ أفضل القرارات. وتؤكد الأبحاث التي أجريت في هذا المجال أن البشر ينحازون إلى الوقت الحاضر، ويفتقرون إلى القدرة على التنبؤ الدقيق للخبرات التي سوف تحدث لهم في المستقبل، وتتباين تصوراتهم حول القيمة ما بين الحاضر والمستقبل، ويحدث كل هذا بسبب عنصر الزمن الذي يتغير بشكل دائم، وعنصر شخصي، وهو تغير خبراتهم وميولهم واهتماماتهم، التي هي أيضاً في حالة تغير مستمر.

أولاً: عدم احتساب الزمن والتحيز للوقت الحاضر Time Discounting and Present Bias

تنصبّ أبحاث خصم الزمن على تقييم الفروق النسبية للمكافآت -التي عادة ما تكون نقوداً أو سلعاً- في عدة نقاط زمنية مختلفة، وذلك بمقارنتها في وقت سابق بالمكافأة نفسها في وقت لاحق، وقد أظهرت الأبحاث العلمية أن ما يحصل عليه الشخص من نقود أو سلع أو مكانة اجتماعية في الوقت الراهن وزنه النسبي أكبر من ذلك الذي يحدث في المستقبل، وهذا الفكر دارج ومنتشر في حياتنا اليومية ونراه في الأمثال الشعبية (عيِّشني النهاردة) أو (عصفور في اليد) وغيرهما الكثير. وبمجرد أن تصبح هذه المكافآت على مسافة زمنية أطول جداً فإنها تصبح أقل قيمة في نظر الشخص.[1]

ويمكن تفسير عدم احتساب الزمن تحت مظلة الاندفاع والميل الفطري للإشباع الفوري، ويتضح ذلك بشكل خاص في الإدمان مثل النيكوتين؛ حيث إن المدخن يركز على الإشباع الفوري لرغبته في النيكوتين مع إلغائه للنتائج المترتبة على التدخين عبر الزمن. وتقترح نظرية الخصم القطعي Hyperbolic discounting أن الخصم لا يكون متسقاً مع الزمن، وليس خطياً في حركته ولا يحدث بمعدل ثابت. وفي النظرية تنخفض القيمة التي يتم بها تقييم النقود أو السلع بسرعة لفترات التأخير الطفيفة، ثم تنخفض القيمة ببطء في فترات التأخير الأطول زمناً.[2]



وعادة ما تتم دراسة عدم احتساب الزمن عن طريق توجيه أسئلة إلى الأشخاص، مثل "هل تفضل أن تحصل على 100 دولار اليوم، أم 120 دولاراً بعد شهر من الآن؟" وهل تفضل الحصول على 100 دولار بعد سنة من الآن، أم 120 دولاراً بعد سنة وشهر؟" وأظهرت النتائج أن الناس تكون أكثر سعادة بالانتظار شهراً إضافياً للمكافأة الأكبر عندما تكون في المستقبل البعيد. وترى نظريات عدم احتساب الزمن أن أحداث الوقت الحاضر وزنها النسبي أكبر من الأحداث المستقبلية.

على سبيل المثال: يفضل الكثير من الناس الحصول على 100 دولار الآن على أن يحصلوا على 110 دولارات بعد شهر من الآن. ومسألة عدم الاحتساب لا تسير في خط مستقيم ومعدلاتها غير ثابتة بمرور الوقت. وقد يفضل الناس الحصول على 100 دولار خلال أسبوع من الآن أكثر من تفضيلهم الحصول على 110 دولارات خلال شهر وأسبوع، ولن يكون التفضيل نفسه إذا وضع في بعد زمني أكبر، فإذا عرض عليهم الحصول على مبلغ 100 دولار خلال عام أو 110 دولارات خلال عام وشهر فإنهم يختارون الاختيار الأخير، وعلى الرغم من أن المسافة الزمنية في الحالتين هي شهر فقط، فإن قيمة الأحداث التي تحدث في المستقبل البعيد تسقط ببطء أكثر من تلك التي تكون أقرب للوقت الحاضر.[3]

ومن ضمن الجوانب التي كانت تشكل مفتاح حل مشكلة انخفاض معدلات المدخرات التقاعدية هو عدم احتساب المستقبل، ويشير أحد الأبحاث إلى أنه يمكن تحقيق تغيير في السلوك عن طريق مساعدة الناس على التواصل مع ذواتهم المستقبلية؛ أي "أنا في المستقبل". وتوصلت الدراسة إلى أن الأشخاص الذين تصوروا أنفسهم في المستقبل بغير معاش قبلوا أن يضحوا بالمنفعة المتحققة في الوقت الحاضر (مقدار النقود المستقطع للاشتراك في المعاش) نظير أن يحصلوا على منفعة في المستقبل (الحصول على معاش عند التقاعد) ومن ثم اشتركوا في برامج الادخار من أجل التقاعد عن قناعة ورضا.[4]

وإذا كان الاختيـار عـبر الـزمن Intertemporal choice هـو المجـال الـذي يعنـى بالقيمة النسبية التي يحددها الأفراد للمدفوعات على مدار فترات زمنية مختلفة. فقـد تبـين بوجه عام أن الأفراد متحيزون للوقت الراهن ويميلون إلى عدم احتساب المستقبل.[5]

ومن ضمن العناصـر التي تتداخل في الاختيار عبر الزمن، التسويف قصـير النظـر Myopic Procrastination؛ إذ يعتبر الناس ذوي نظر قصـــير وأنهـم غالبـاً مـا يؤجلـون قراراتهم، وقد يكون ذلك بسبب الجمود، وتعقيدات عملية صـنع القـرار مثـل التحميـل الزائد للاختيار؛ أي المبالغة في اختيار ما يود شـراءه أو ربحه، مثل شـراء أفضـل منـزل في المدينة والتيقن من أن المقاول هو أفضل مقاول وأن المنزل خالٍ مـن المشـكلات القانونيـة، وهكذا يستمر الشخص في وضع شـروط لاتخاذ القرار وإتمام الصفقة، وينتهي به الأمر إلى عدم الشـراء.

ومن ضمن تعقيدات القرار، التحيز للحظة الراهنة، والمثال السابق هو الدليل عـلى التحيز للوقت الحاضـر، فذلك الشخص الذي نوى شـراء منزل انتهى به الأمـر إلى عـدم الشـراء والإبقاء على النقود التي معه وهذا يعـد تحيـزاً للوقـت الـراهن وجمـوداً. ويمكـن لمهندسـي صنع القرار مساعدة الناس عن طريق تحديد إطار زمني محدد للاختيار للحد من التسويف غير المبرر أو التركيز على إرضاء الشخص بوضع إطار اختيـار يـوحي لـه بعـدم تغيير حالته أو حصوله على عائد لاختياره في القريب العاجـل، ومثـال لـذلك -لتشـجيع الناس على الادخار- يمكن القول إن استمراره في الادخار لأشـهر عـدة سـيحصل عـلى مكافأة، مثل تذكرة لحضور مباراة فريقه المفضل أو حفلة لأطفاله، وهكذا.

ثانياً: التحيز للتنويع Diversification bias:

كانت الفكرة الاقتصادية السائدة حتى عام 1995 أنه كلما زادت الخيارات كان ذلك أفضل، حتى أثبت العالمان دانييل ريد وجورج لوينشـتاين في بحـثهما المنشـور عـام 1995 نوعاً جديداً من أنواع التحيزات الإنسانية، وهو التحيز للتنويع، ويحدث هذا التحيز عندما يختار الناس العديد من السلع في التوقيت نفسه فإنهم يختـارون تنوعـات مختلفـة أكثـر ممـا

يحتاجون إليه فعلياً، وتكون قراراتهم أفضل. ويتم تجنب هذا النوع من التحيز عندما يختارون بشكل منفصل وكل سلعة على حدة. وعندما يتم الدمج بين الخيارات المنفصلة والخيارات المدمجة لا شك أن الانسان يصل إلى أفضل النتائج. إذ يتيح الجمع بين الخيارات تحقيق الاعتبارات التكاملية، وكذلك إمكانية استبدال البضائع. ويساعد الجمع بين الخيارات أيضاً على اختيار الأفضل على المدى الطويل بدلاً من الوقوع فريسة لرغبات اللحظة.[6]

وعلى ذلك، فإنه لحصول الناس على أقصى متعة ممكنة عند شراء سلع الاستهلاك فإنهم يبالغون في التنويع، وهذه المبالغة في اللحظة الراهنة اعتقاداً منهم أنها ستحقق لهم المتعة في وقت لاحق، وخاصة عندما يكون استهلاك هذه السلع متتابعاً زمنياً؛ مثل شراء احتياجات البيت الغذائية. وعلى سبيل المثال: "عندما يفكر شخص بالقيام برحلة ويبحث عن الأغاني التي سيستمع إليها خلال الرحلة، فإنه يقوم باختيار فنانين عدة من ألوان غنائية مختلفة، لكنه أثناء الرحلة ينتهي به الأمر في أغلب الأحيان إلى الاستماع إلى مطربه المفضل". يظهر التناقض الزمني عندما يفشل "أنا اليوم" في التنبؤ بدقة بتفضيلات واختيارات "أنا المستقبل"، وهذا الأمر يظهره بوضوح "التحيز للتنوع".

ومن ضمن أشكال التحيز للتنوع، "الاختيار الزائد Choice overload" ويعني التحميل الزائد للاختيار، وهذه الظاهرة تحدث نتيجة وجود الكثير من الخيارات المتاحة أمام المستهلكين، ففي عام 2000 قام باحثان بإقامة كشك لبيع العسل، عرَضا فيه 6 أنواع من العسل. وحدث أن 40٪ من المارة توقفوا أمام الكشك وسألوا عن الأنواع، وقام 75٪ ممن توقفوا أمامه بالشراء، وأعادا الكرة مرة أخرى، ووضعا 24 نوعاً من العسل، وبزيادة الأنواع المعروضة، وتوقف 60٪ من المارة وسألوا عن الأنواع واختلافاتها، إلا أن من اشتروا فعلاً 5٪ فقط من المارة. وهذا بسبب تعدد الخيارات، وتُسبب هذه الحالة حيرة للعقل، وتنتهي إلى الإنهاك؛ من كثرة التفكير، وتقود إلى إلغاء الفكرة.

وتطبيقات الاستدلال المعرفي على عملية صنع القرار تتشابه مع الخيارات المتعددة والكثيرة. وقد ارتبط الاختيار الزائد مع التعاسة، والاختيار الزائد يؤدي إلى أثر سلبي؛ إذ

يقلل من القدرة على التحكم في النفس نتيجة أن القرار مجهِد ذهنياً لمتخذه. ويؤدي هذا بالتبعية إلى الذهاب مع الخيار الافتراضي، أو خيار تأجيل القرار، أو تجنب اتخاذ القرار تماماً، مثل عدم شراء المنتج.[7]

ثالثاً: فجوة التعاطف The Empathy Gap

وتعرف باسم فجوة التعاطف الباردة الساخنة، وتعني عدم القدرة على السيطرة الكاملة على التأثير الناتج عن الحالة العاطفية والفسيولوجية حال صنع القرار واتخاذه وتنفيذه. وقد صاغ المصطلح العالم جورج لوينشتاين.[8] وتتضمن حالة السخونة مجموعة من العوامل تتنوع بين المشاعر السلبية المرتبطة بمستويات مرتفعة من الاستثارة (مثال: الغضب أو الخوف) للشعور بالحالة (مثل: الألم) التي تتحكم وتقود الحالة (مثل: حالة العطش أو الرغبة الشديدة المرتبطة بالإدمان أو الإثارة الجنسية). وأكثر الأمثلة شهرة لتوضيح هذه الحالة ما يحدث في عملية صنع القرار الجنسي؛ إذ عندما يكون الرجال في حالة عدم إثارة (بارد) يقررون أنهم حال ممارستهم الجنس سوف يستخدمون الواقي الذكري عند المعاشرة الجنسية القادمة، لكنهم عندما يقبلون على اللقاء الجنسي التالي ويكونون في حالة إثارة (ساخن) يخفقون في اتخاذ قرار استعمال الواقي الذكري.[9]

يجد البشر صعوبة في التنبؤ بالكيفية التي يكون عليها سلوكهم في المستقبل، وتحدث فجوة التعاطف الباردة الساخنة عندما يقلل الناس من تأثير حالاتهم الداخلية، مثل الغضب أو الألم أو الجوع على سلوكياتهم أو تفضيلاتهم، مثل عملية اتخاذ القرار الطبي، فقد تؤدي فجوة التعاطف الساخنة الباردة إلى اختيارات غير مرغوب فيها أثناء الطلب من مرضى السرطان الاختيار بين أكثر من خيار علاجي في أعقاب علمهم بالإصابة.

رابعاً: التحيز للتنبؤ Projection bias

يعد التحيز للتنبؤ أحد أنواع التحيزات المعرفية، وقد يأخذ شكل ميل الناس بصورة مبالغ فيها في تقدير الدرجة التي يتفق عليها الآخرون معهم؛ إذ يفترض الناس أن الآخرين يفكرون ويشعرون ويؤمنون ويتصرفون مثلهم تماماً. فيبالغون في تقدير موافقة

الآخرين على آرائهم. ويعد ذلك نوعاً من أنواع التحيز للإسقاط، وعملية الإسقاط تنصرف إلى أمر مستقبلي في الوقت نفسه. وبالطبع يفترض الناس أن أفكارهم وطريقة تفكيرهم هي الطريقة المثلى والنموذجية. ويفترض الناس أيضاً أن أذواقهم وميولهم تظل على حالها مع مرور الوقت وأنها لن تتبدل. وعلى سبيل المثال، يتصور الشخص أنه فور حصوله على ترقية في وظيفته فإنه سوف يظل سعيداً بها لفترة طويلة ويلغي أثر "التأقلم على المتعة". وفي مجال الاستهلاك فإنهم يبالغون في التخطيط لاستهلاكهم في المستقبل.

وهذا الميل إلى المبالغة في تقدير طبيعة معتقداتنا لا ينطبق فقط على المقارنات التي نجريها بيننا وبين الآخرين فحسب، بل تمتد إلى التأثير في تقديراتنا لأنفسنا في المستقبل. فقد وجد الباحثون أنه عندما نتنبأ بأعمالنا المستقبلية، فإننا نختبر فجوة التعاطف. فنجد صعوبة في التعاطف مع أنفسنا في المستقبل. ولذا فإننا في بعض الأحيان نتخذ قرارات ترضي الرغبات الحالية أو الحالات العاطفية القائمة، بدلاً من التركيز على الأهداف التي تخدمنا على المدى الطويل. وهذا بسبب صعوبة التعاطف مع ذواتنا المستقبلية. فقد نختار تناول الشكولاتة حالياً بدلاً من سلطة الخضروات التي تخدمنا على المدى الطويل. وقد اهتم كل من العلماء رابين وأودينجو ولوينشتاين بهذا التحيز في بحثهم "التحيز للتنبؤ في توقع المنفعة المستقبلية"، ويرون أن حالاتنا العاطفية الحالية تشكل نقطة أساس رئيسية لأفكارنا ومشاعرنا وسلوكياتنا، دون الاهتمام بأثر ذلك مستقبلاً. ولا شك أن هذا التحيز يعد عنصراً مهماً من عناصر تشكيل القرار الاقتصادي بصورة معيبة.[10]

خامساً: معالجات الذاكرة

عندما نخطط للمستقبل فإننا غالباً ما يحدونا التفاؤل المفرط، فعندما نزمع التخطيط لأمر مستقبلي نقع في مغالطات التخطيط فنعمل على التقليل من تقدير الزمن الذي تحتاج إليه المهمة لإتمامها، بل ونتجاهل تجارب الماضي. وبالمثل عندما نحاول التنبؤ بشعورنا في المستقبل فقد نقع في المبالغة في تقدير شدة عواطفنا، على سبيل المثال: فقد أتوقع الشعور بمقدار مرتفع من السعادة أثناء قضاء عطلتي المقبلة، لكنني أثناء قضائها أشعر بمستوى سعادة أقل من المتوقع. وهناك تفسيرات مختلفة لهذا الخطأ الذهني، الذي يتضمن أيضاً

الكيفية التي نتذكر بها أحداث الماضـي؛ إذ من الأرجح أن تعجز الذاكرة عن اسـتدعاء مـا جرى في العطلة الماضـية أثناء حجز العطلات بوجه عام، وقد أقيم عطلتـي الأخـيرة بنـاءً على أكثر الجوانب متعة فيها ونهاياتها، بدلاً من حسـاب متوسـط كـل لحظـة مـن لحظـات التجربة محل التقييم. وأخيراً، عندما تمر أيام العطلة ويبدأ مخزون الشعور بالسعادة في النفاد بسبب الاعتياد وتحدث حالة الزهد، وهذا ما يعنيه مصطلح التأقلم مع المتعـة؛ فـالتغيرات في التجارب تميل إلى تحفيز السعادة مؤقتاً كلما ألّمت بنا ظروف وأحداث جديدة.[11]

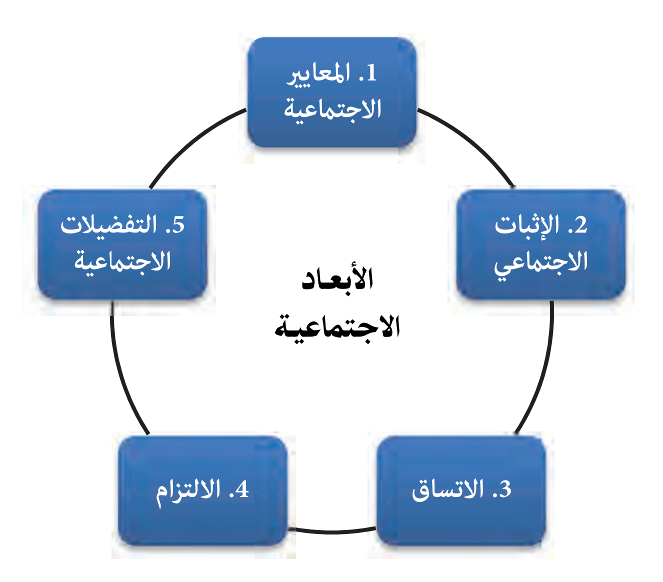
المبحث الثاني: الأبعاد الاجتماعية

إن علم الاقتصاد السلوكي لا يفترض قيـام البشـر باتخـاذ خيـاراتهم بمعـزل عـن المؤثرات الخارجية أو لخدمة مصلحتهم الشخصـية فحسـب، وذلـك عـلى النقـيض مـن النظرة الاقتصادية المثالية للدوافع البشـرية ومحركـات صـنع القـرار. وبغـض النظـر عـن الأبعاد المعرفية والعاطفية وتأثيراتها. وأحد المجـالات المهمـة التـي يعنـى بهـا الاقتصـاد السلوكي هو القوى الاجتماعية وظروف التنشـئة الاجتماعيـة، فـالقرارات التـي يتخـذها الأفراد تتأثر وتتشكل بالبيئات الاجتماعية المختلفة وما تحتويها، سواء كان ذلك يتم بطريقة واعية أو غير واعية من شخص متخذ القرار.

أولاً: المعايير الاجتماعية Social norm

الأعراف أو المعايير الاجتماعية هي عبارة عـن قواعـد للتعامـل في المجتمـع أو بـين مجموعة معينة من النـاس، وتشـير إلى السـلوك المناسـب، وتصـنف كتوقعـات سـلوكية صـريحة أو ضمنية أو قواعد سلوكية فيما بين مجموعة من الناس. وتشكل عنصـراً مهماً من عناصـر الهوية الاقتصادية، إذ إن المعاملات الاقتصادية داخل المجتمع مـا هـي إلا نتيجـة للتمازج بين المفاهيم الذاتية للناس ممتزجة بالحوافز النقديـة. وتفضـيلات البشـر ليسـت مجرد مسألة أذواق أساسـية، إنـما تتـأثر أيضـاً بـالأعراف الاجتماعيـة، وبـأدوار الجنسـين الذكور والإناث معاً.[12]

وتتباين الأعراف الاجتماعية فيما بين الثقافات المختلفة والسياقات المتعددة، وعلى سبيل المثال: تنص قواعد السوق على أن دفع النقود ما هو إلا ثمن السلعة أو الخدمة، لكن الأعراف الاجتماعية تعالج الأمر بشكل مختلف، إذ لا يمكن أن تدفع ثمن وجبة تناولتها في المنزل إلى أمك نظير إعدادها الطعام لك.



وفي بعض الأحيان تتماشى قواعد التبادل التي تنص عليها الأعراف الاجتماعية مع القواعد التي تتطلبها الأسواق في شأن المعاملة بالمثل. على سبيل المثال، تشترط قواعد التبادل في السوق أنه إذا طلب العميل استشارات متخصصة يتعين عليه أن يدفع مقابل هذه الخدمة، وقد يحدث في بعض الأحيان إعطاء العميل المشورة مجاناً، على أمل أن يحدث منه معاملة بالمثل في المستقبل.[13]

وتُحدد الأعراف الاجتماعية السلوك أو التصرفات المناسبة التي يتعين أن يقوم بها غالبية الناس (على الرغم من الأخذ في اعتبار أن ما يعد "مناسباً" هو نفسه عُرضَة للتغيير المستمر). ولا يقتصر تحديد السلوكيات المفروضة على الأعراف الاجتماعية فحسب، بل تضاف إليها المعلومات المستمدة من الخبرات المرتدة (على سبيل المثال: مقدار ما يتم توفيره

من أموال نتيجة عدم التدخين)، وغالباً ما يتم استخدام المعلومات المستمدة من الخبرات المرتدة الوصفية والمعيارية في برامج تغيير السلوك في مجال الصحة (مقارنة نسبة التدخين السائدة وطنياً بالنسب الدولية أو مقارنة نسبة التدخين في فئة مقارنة بفئة أخرى)،[14] وتستخدم المنظمات غير الربحية المعلومات المعيارية والوصفية للتأثير في مستويات التبرع. وقارنت إحدى الدراسات بين مستويات التبرعات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية بمستويات التبرعات عندما تم إعطاء المتبرعين المحتملين معلومات اجتماعية توجه سلوكهم، مثل القول إن هناك عضواً قد تبرع بمبلغ 300 دولار. وتبين من الدراسة أن التبرعات شهدت زيادة تجاوزت 12٪ عن متوسط مبالغ التبرعات.[15]

وتستخدم التغذية المرتدة المرتكزة على القياسات (مثل معدل استهلاك الطاقة في منطقة ما مقارنة باستهلاك منطقة أخرى) في برامج تغيير السلوك في الكثير من الأحيان. والتغذية المرتدة المستخدمة للحث على تغيير السلوك يمكن أن تصف سلوك الأغلبية لغرض المقارنة. أو أن تكون تحذيرية تربط بين السلوك المقبول والسلوك غير المقبول. والأخير غالباً ما يكون أكثر فاعلية عندما يكون السلوك غير المرغوب فيه هو السائد.[16]

ثانياً: الإثبات الاجتماعي Social proof:

يمكن وصف التأثير الذي يمارسه المحيطون على سلوكنا بأحد وصفين؛ إما أنه معياري أو إعلامي. ويهدف التأثير المعياري إلى مطابقة السلوك لمعايير معينة حتى يكون مقبولاً وغير مستهجن. بينما يحدث التأثير الإعلامي في المواقف الغامضة عندما نكون غير متأكدين من كيفية التصرف حيال موقف ما ونتطلع إلى الآخرين للحصول على المعلومات أو الإشارات أو النصائح. إن الإثبات الاجتماعي وتأثيره الإعلامي (أو الوصفي) يمكن أن يؤديا إلى سلوك القطيع. وهذا أيضاً يمكن أن يشار إليه أحياناً باعتباره استدلالاً عقلياً. وتشير بعض الأبحاث إلى أن تلقِّي المعلومات حول سلوك الآخرين (إثبات اجتماعي) تؤدي إلى المزيد من الالتزام فيما بين الأفراد من الثقافات المختلفة، بينما

ترتبط المعلومات المتعلقة بسلوك فرد في الماضي (الاتساق/ الالتزام) بزيادة الالتزام بالأفراد من الثقافات الفردية.[17]

يظهر تأثير سلوك القطيع Herd behavior عندما يقلد الناس ما يفعله الآخرون بدلاً من استخدام معلوماتهم الخاصة أو اتخاذ قراراتهم بشكل مستقل عن المحيطين. وفكرة تتبع القطيع لها تاريخ طويل في الفلسفة وعلم النفس الجمعي. وهذا التأثير له أهمية خاصة في مجال التمويل؛ إذ جرت مناقشته فيما يتعلق باللاعقلانية الجمعية للمستثمرين، بما في ذلك فقاعات أسواق الأوراق المالية. يميل معظم الناس إلى تتبع الآراء الشائعة، نجد مثلاً عندما يؤسس شخص مشروعاً ما يتبعه الآخرون ويقلدونه، أو انتشار حلقات تلفزيونية معينة أو تتبع الموضة. وعندما يتم الترويج لسلعة ما ويستخدم المنتج إعلاناً يقول فيه إن الكثيرين يستخدمون هذه السلعة فإن تأثيرها في المبيعات يكون أكبر وأقوى من ذكر مميزات هذه السلعة. وتم تطبيق أفكار تتبع القطيع في العديد من المجالات الأخرى من صنع القرار؛ مثل السياسة والعلوم والثقافة الشعبية، وفي بعض الأحيان يشار إلى سلوك القطيع باسم "شلالات المعلومات information cascades".[18]

ثالثاً: الاتساق Consistency[19]

ترتبط قابلية الإنسان للاستجابة إلى التغذية المرتدة من الأعراف الاجتماعية برغبتنا في الحفاظ على نظرة إيجابية حيال ذاتنا كأشخاص أو من نكون؟ وعندما نواجه أي تصرف يهدد رغباتنا فإننا قد نغير من سلوكنا، لذلك فإننا في الغالب نغير مواقفنا وسلوكنا ومعتقداتنا بمنتهى البساطة. وعندما يحدث ذلك فإننا عادة نلجأ إلى ما يسمى "العقلنة rationalization" ويعني إيجاد مبررات عقلانية لتغيير السلوك أو المعتقد، وهو شكل من أشكال تقليل "التنافر المعرفي" Cognitive dissonance وهي نظرية للعالم ليون فستينجر.[20] وذلك على عكس ما تقرره نظرية الاختيار العقلاني في صنع القرار البشري، حيث تكون التفضيلات هي من يقود الاختيارات، لكن العقلنة على عكس ذلك فالتفضيلات تبرر التصرفات بعد الواقع.[21]

تُعد نظرية التنافر المعرفي مثالاً على حاجة البشر إلى صورة ذاتية مستمرة ومتناسقة ومتوافقة مع ما حولها. وفي محاولة الإنسان لضبط سلوكه في المستقبل ومن ثم يتحقق الاتساق على أكمل وجه، يلجأ إلى الالتزام بضوابط معينة مستمدة من الخبرات المرتدة، وخاصة إذا كان محل ممارسة هذا السلوك في العلَن. وبالتالي، فإن الالتزام المسبق بالهدف المحدد سلفاً هو إحدى أهم الأدوات السلوكية فاعلية لتحقيق تغيير إيجابي. ويرى فستنجر أن إيمان الناس العميق بالفكرة، التي ترتبت عليها إجراءات ومواقف يصعب التراجع عنها في ظل وجود جماعات كبيرة من الناس المؤيدة، والتي تقدم الدعم الاجتماعي لبعضها بعضاً يجعل من الصعب التخلي عن "تلك الأفكار". كما أنه يحفز قدرات الناس على التبرير العبقري القادر على التخفيف من حدة التناقض بين فكرتين متناقضتين داخل عقولهم.

والتنافر المعرفي في علم النفس، هي حالة من التوتر أو الإجهاد العقلي أو عدم الراحة التي يعانيها الفرد الذي يتبنى اثنين أو أكثر من المعتقدات أو الأفكار أو القيم المتناقضة في الوقت نفسه، أو يقوم بسلوك يتعارض مع معتقداته وأفكاره وقيمه، أو يواجَه بمعلومات جديدة تتعارض مع المعتقدات والأفكار والقيم الموجودة لديه. وتركز نظرية ليون فستنجر حول التنافر المعرفي على السبل والآليات التي يسعى البشر لاستخدامها لخلق حالة من الاتساق الداخلي عندما يواجهون حالة من عدم الارتياح على المستوى النفسي، ويتولد لديهم دافع لمحاولة الحد من هذا التنافر من ناحية، وكذلك تجنب أي مواقف أو حالات أو معلومات قد تزيد من حالة التنافر المعرفي لديهم.

التنافر المعرفي والانحياز التأكيدي خِلَّان لا يفترقان، يصاحب التنافر المعرفي دوماً رفيقٌ لا يتركه أبداً هو الانحياز التأكيدي بوصفه إحدى وسائل التغلب على حالة الضغوط النفسية التي يشعر بها الفرد عندما تتملكه أفكار متناقضة أو يتناقض سلوكه مع معتقداته. ونقصد بالانحياز التأكيدي الميل إلى البحث عن، وتفسير، وتذكُّر المعلومات بطريقة تتوافق مع معتقدات وافتراضات الفرد عن موضوعٍ ما، بينما يتجاهل المعلومات المناقضة لأفكاره. ويُعرَف الانحياز التأكيدي بأنه ميل الشخص إلى تفضيل المعلومات التي تؤيد معتقداته أو افتراضاته.

وكلما ازدادت المعلومات التي تؤيد معتقد هذا الشخص؛ اشتد تمسكه بهذا المعتقد، فقد تصبح بعض المعتقدات جزءاً من شخصية صاحب المعتقد، ولذلك يبتعد عن أي معلومات تتعارض مع هذا المعتقد، ومن ثم لا يستطيع هذا الشخص أن يتخلص من هذا المعتقد من دون أي أضرار لشخصيته. يُظهر الأشخاص هذا الانحياز عندما يجمعون أو يتذكرون المعلومات بشكل انتقائي، أو عندما يفسرون هذه المعلومات بطريقة منحازة. يميل الأشخاص أيضاً إلى تفسير الأدلة الغامضة بشكل يدعم موقفهم الراهِن. والغريب أنه حتى الذكريات تتعرض للانحياز التأكيدي؛ فالشخص يتذكر ما كان يؤيد رأيه وينسى ما كان يناقضه، فحتى لو درسنا موضوعاً ما بحيادية تامة فإننا قد لا نتذكر إلا ما يؤيد رأينا وننسى هذه الحيادية.

رابعاً: الالتزام Commitment

يحتاج البشر إلى صورة ذاتية مستمرة ومتسقة مع ما يهدفون إليه. وذلك في إطار سعيهم إلى ضبط سلوكهم المستقبلي، وأن يكون الشخص ثابتاً هو أفضل ما يمكن تحقيقه عن طريق الالتزام، خاصة إذا تم ذلك بشكل علني. وتستخدم الالتزامات والالتزامات المسبقة Precommitment كأداة لمواجهة افتقار الناس إلى الإرادة ولتحقيق التغير في السلوك، كما هو الحال في مجالات النظام الغذائي والادخار، وكلما زادت تكلفة كسر الالتزام زادت فاعلية ما ترتب عليه.[22]

ويرى علم النفس الاجتماعي أن هناك ما يحفز الناس ويدفعهم نحو الحفاظ على صورة شخصية لهم في أعين الآخرين تتميز بكونها ثابتة وإيجابية، والأرجح أنهم يحافظون على هذا الالتزام لتجنب الأضرار التي قد تصيب السمعة (إذا كان التعامل علنياً)، أو التنافر المعرفي (إذا كان التعامل غير علني). وترتبط تقنية تغيير السلوك لتحديد الأهداف التي تترتب عليها الالتزامات، في حين أن المعاملة بالمثل تنطوي على التزام ضمني.[23]

وبالتالي، فإن الالتزام المسبق بالهدف هو واحدة من أكثر الأدوات السلوكية استخداماً لتحقيق تغيير إيجابي. فمثلاً، برنامج "ادخر أكثر غداً" يهدف إلى مساعدة

الموظفين على ادخار المزيد من المال، ويوضح عدداً من التحيزات السلوكية والعلاجات لهذه التحيزات، وهذا المثال يوضح مفهومَي الالتزام والالتزام المسبق؛ إذ يمنح البرنامج الموظفين خياراً مسبقاً لزيادة مدخراتهم في المستقبل بصورة متدرجة، مع كل مرة تحدث زيادة في رواتبهم. ويجنب البرنامج المشاركين الإحساس بالخسارة الذي قد يتنابهم مع انخفاض الدخل المتاح للإنفاق على حياتهم اليومية. والتزام المشاركين بالادخار للمستقبل يعني زيادة الدخل في وقت لاحق. واستفاد البرنامج من حالة الجمود التي تصيب البشر؛ إذ إنهم في النهاية -وعلى الأرجح- سيبقون في البرنامج، إذ إن خروجهم من البرنامج يستلزم منهم بذل مجهود، وهو ما لن يفعلوه.[24]

خامساً: التفضيلات الاجتماعية Social preferences

تعد التفضيلات الاجتماعية أحد أنواع التفضيلات التي يتناولها علم الاقتصاد السلوكي بالدراسة، والتي تتعلق بالعديد من المفاهيم مثل الثقة وخيانة الأمانة والعدالة والمعاملة بالمثل وتجنب عدم المساواة.

1. الثقة وخيانة الأمانة Trust and Dishonesty

تعد الثقة إحدى أدوات تفسير التناقضات الحاصلة بين السلوك الواقعي والسلوك المتنبّأ به بواسطة نموذج العناصر الفاعلة للمصلحة الذاتية؛ ما ينعكس على الحياة الاجتماعية بالإيجاب وتتخلل أيضاً العلاقات الاقتصادية. وقد كانت مرتبطة بالنتائج الاقتصادية الإيجابية؛ مثل النمو الاقتصادي على المستوى الكلي، ودافعاً جوهريّاً للتحفيز الذاتي على المستوي الجزئي وأداء العمل.[25]

في حين أن الثقة يمكن أن تضعف منا، الأمر الذي ينعكس على تفضيلات المخاطر، بل يمكن أن تكون نتيجة لتفضيلات اجتماعية معينة. وقد تم ربطها بمفهوم "النفور من الخيانة"؛ إذ يتعرض الناس لمخاطر أكبر عندما يواجهون احتمالاً معيناً من سوء الحظ إذا ما تم خداعهم بواسطة شخص آخر يعرفونه.[26]

يعد الخداع انتهاكاً للثقة في العلاقات الإنسانية، في حين تنظر النظرية الاقتصادية إلى خيانة الأمانة على أنها نتاج طبيعي لبحث أطراف المعاملات الاقتصادية عن مصلحتهم الشخصية ودوافعهم الذاتية. وعلى أي حال فإن نظرة الاقتصاد السلوكي لا تطلب من البشر أن يكونوا أكثر صدقاً وأمانة، بل بدلاً من ذلك يأخذ في اعتباراته المزيد من النظرة الاجتماعية النفسية من خلال إظهار أن عدم الأمانة ليس فقط في شأن المفاضلة بين الحوافز الخارجية (مثل المكسب المادي) والتكاليف (مثل العقوبات). إن عدم الأمانة ما هو إلا نتاج المواقف وكذلك آليات العوائد الداخلية والخارجية التي غالباً ما تنطوي على الخداع الذاتي، ويقوم الفرد بإعادة صياغة الأعمال غير النزيهة فيما بينه وبين نفسه بطريقة تجعلها تبدو ليست سيئة للغاية أو نزيهة إلى حد ما (على سبيل المثال: عدم تقديم الإقرار الضريبي متضمناً إجمالي الدخل إلى مصلحة الضرائب).[27]

2. العدالة Fairness

تعتمد أبحاث الاقتصاد السلوكي على صنع القرارات الفردية في إطار السياقات الاجتماعية على الألعاب التجريبية (ألعاب تتم في إطار تجربة علمية)، وذلك جنباً إلى جنب مع نظرية القرار السلوكي؛ إذ إن نظرية اللعبة السلوكية تعد أحد الجوانب النظرية الرئيسية في مجال الاقتصاد السلوكي. وفي هذه الألعاب التجريبية يتم منح المشاركين عملات رمزية tokens، ثم يتم تبادل ملكية الرموز بحسب الخيارات التي يقوم بها المشاركون في إطار القواعد الموضوعة للعبة (التجربة)، ويتم التبادل على مدار جولة واحدة أو أكثر من جولات اللعب. ونتائج هذه التجربة أو اللعبة تعد بمنزلة دليل على الطريقة التي يقسم بها اللاعبون العوائد فيما بينهم، وقد أظهرت النتائج في الكثير من الأحيان أن الناس ينفرون من عدم المساواة ويكرهون الظلم، وعلى سبيل المثال: فقد تبين أنهم يفضلون العدالة أكثر من المساواة في العديد من السياقات.[28]

وترتبط العدالة برغبة الإنسان في المعاملة بالمثل، فنحن نميل إلى أن يقابل عملنا فعلٌ آخر مساوٍ له. لكنه يمكن أن يترتب على المعاملة بالمثل جوانب إيجابية أو سلبية. وهذا ما أكدته دراسة العالم آرنست فيهر Ernst Fehr، إذ أوضحت أن استجابات الناس

للتصـرفات الإيجابية في الكثير من الأحيان تكون ألطف مما توقعه نموذج المصلحة الذاتية، وعلى الجانب الآخر يمكن أن تؤدي أيضاً إلى تصـرفات عقابية للتصـرفات السلبية.[29] وفي العالم الحقيقي، أحياناً تستخدم المؤسسات الخيرية المعاملة بالمثل لصالحهم؛ فعلى سبيل المثال، أظهرت إحدى التجارب الميدانية التي أجريت حول سلوك التبرع، أن الأشـخاص الـذين تلقوا هدايا كبيرة نتيجة تبرعاتهم ومعها خطاب التماس للتبرع مرة أخـرى، أدى ذلـك إلى زيادة التبرعات بنسبة 75٪ مقارنة بالقاعدة المتعارف عليها، وهي عدم منح الهدايا.

3. المعاملة بالمثل Reciprocity

إن مبدأ المعاملة بالمثل هو قاعدة اجتماعية تتضمن تبادلاً عينياً بين الأشخاص داخل المجتمع، أي الاستجابة لتصـرف ما بتصـرف آخر مكافئ له ويماثله. وعادة ما يكون شـيئاً إيجابياً (مثل تبادل الخدمات)، ولكن يمكن أن يكون أيضاً شـيئاً سلبياً (مثل، معاقبة الفعل السلبي). أشار عالم الاجتماع آلفين جولدنر إلى أن مبدأ المعاملة بالمثل هو "قاعـدة أخلاقيـة عامة". يعد مبدأ المعاملة بالمثل من المبادئ المثيرة للاهتمام في علم الاقتصاد السلوكي؛ لأنـه لا ينطوي على تبادل اقتصادي، وقد تمت دراسته بواسطة الألعاب التجريبية.[30]

وتستفيد الجمعيات الخيرية من مبدأ المعاملة بالمثل في كثير من الأحيان عندما تقـدم الهدايا الصغيرة مع خطابات الدعوة للتبرع، وتحـاول المتـاجر الكـبرى جـذب النـاس إلى الشـراء عن طريق تقديم العينات المجانية. وتُستخدم المعاملة بالمثل أيضاً كأداة من أدوات التأثير الاجتماعي في شكل تنازلات متبادلة reciprocal concessions، وهو نهـج يعـرف أيضاً باسم تقنية باب في الوجه door-in-the-face، التي تحـدث عنـدما يبـدي الشـخص طلباً مبدئياً كبيراً (على سبيل المثال: شـراء منتج باهظ الثمن) متبوعاً بطلـب أصـغر (عـلى سبيل المثال: خيار أقل تكلفة).[31]

قامت إحـدى شــركات التسـويق بدراسـة معـدل الإكراميـات في أحـد المطـاعم الأمريكية، ثم أجرت بعض التعديلات على طريقة خدمة المطعم وملاحظة تأثيرهـا، دون تغيير طريقة الطبخ أو كمية الطعام أو الأسعار. عند وضع وعاء من الحلوى بطعم النعنـاع

عند بوابة الخروج من المطعم، ظهر تأثير تمثل في زيادة بسيطة في الإكراميات عند الزيارات المتكررة. ويعني هذا أن التأثير بطيء وغير مباشر. وفي مرحلة لاحقة، تمت إزالة الوعاء، وأصبح الإجراءالجديد هو، عند طلب الزبون فاتورة الحساب، يتم شكره لاختيار المطعم، وسؤاله باهتمام عن الأكل وطعمه وجودة الخدمة، وعما يمكن تقديمه لزيادة رضاه عن المطعم، بعدها يتم جلب حلوى النعناع، قبل جلب الفاتورة. وكانت النتيجة تأثر الزبائن بشكل واضح بعدد قطع الحلوى. فمثلاً، مع قطعة واحدة فقط جعلت الإكرامية تزيد الضعف. بينما عند زيادة عدد القطع إلى اثنتين لكل شخص في الطاولة نفسها، فإن الإكرامية ارتفعت إلى ثلاثة أضعاف وأربعة. إذ ينجم عن تقديم قطع الحلوى الشعور بالارتياح والاهتمام؛ ما يؤثر في الزبائن، وبالتالي في قيمة الإكرامية التي يدفعونها.

4. تجنب عدم المساواة Inequity aversion

يُقصد بهذا المفهوم مقاومة البشر للعوائد غير المتساوية أو تجنب عدم العدالة، ويحدث هذا عندما يميل الناس إلى العدالة ويقاومون التمايز غير المبرر فيما بينهم. وفي بعض الحالات لا يعد تجنب عدم المساواة ملائماً؛ إذ إن الناس على أتم الاستعداد للتخلي عن مكسب ما من أجل منع شخص آخر من الحصول على مكافأة أعلى. وجرت دراسة تجنب عدم المساواة معملياً من خلال الألعاب التجريبية مثل الديكتاتور والإنذار وألعاب الثقة، وقد تم تطبيق هذا المفهوم في مجالي الأعمال والتسويق، بما في ذلك الأبحاث حول مدى استجابة العملاء للعروض الترويجية والحصرية.[32]

القسم الثاني

جوانب عملية للاقتصاد السلوكي

في هذا القسم من الدراسة نستعرض آليات عمل الاقتصاد السلوكي في الحياة الواقعية وتأثيره على البشر في حياتهم اليومية باستخدام "الوكز". وبالطبع لا يسلب الاقتصاد السلوكي حق الناس في الاختيار، إنما يمنحهم كامل الحرية؛ بشرط أن تكون "حرية أبوية". ثم ننتقل إلى استعراض المدى الذي وصل إليه الاقتصاد السلوكي في الأنظمة السياسية، وكيف أصبحت السياسات العامة تصاغ باستخدام العلم -والذي وجد ليبقى وينمو ويزدهر- فنستعرض أول النماذج السياسية التي عنيت بتطبيق الاقتصاد السلوكي على سياستها العامة، وهي المملكة المتحدة، وتلاها في هذا التطبيق الولايات المتحدة الأمريكية. وأخيراً نستعرض مدى القبول الذي حظي به هذا العلم فيما بين المنظمات المختلفة الإقليمية والعالمية. ونثبت في آخر فصول هذا القسم أن الاقتصاد السلوكي هو طريق الرفاهة الاجتماعية والاقتصادية، ويمكن وصفه بأنه "علم الرفاهة"؛ فيزيد من سعادة البشر من خلال تطبيقه على مختلف المجالات الإنسانية. وفي الفصل الأخير، نحاول أن نضع دليلاً لتطبيق الأفكار المستمدة من الاقتصاد السلوكي في الحياة اليومية، سواء كان ذلك في حياة الشخص العادي أو الشركة أو المؤسسة أو الدولة.

الفصل الخامس

آليات عمل الاقتصاد السلوكي

مقدمة

بينما كان آد كيبووم Aad Kieboom الرئيس التنفيذي لمطار سخيبهول بأمستردام-هولندا Amsterdam's Schiphol Airport يرأس اجتماع مجلس الإدارة أعلن قائلاً: "لقد اتخذنا قراراً مهماً، وهو نقش ذبابة في المباول الموجودة بدورات المياه الرجالية"، وعلت الدهشة وجوه أعضاء المجلس، وتبادر إلى أذهانهم أن رئيسهم يلقي عليهم إحدى دعاباته التي اعتادوا سماعها منه. إلا أنه استمر في حديثه الجاد وأردف قائلاً: "وهذه الفكرة النيرة ليست فكرتي، إنما اقترحها زميلي جوز فان بيداف Jos van Bedaf مدير قسم التنظيف بالمطار، وطلب منهم أن يتوجهوا إليه بالتحية والشكر لهذه الخدمة الجليلة"، وظلت الدهشة تعلو الوجوه، والصمت يلف المكان، ولم يتركهم كيبووم فريسة لدهشتهم كثيراً. وبدأ في شرح فكرته.

فقد لاحظ بيداف وهو يشرف على أعمال النظافة في دورات المياه الرجالية كثرة تسرب البول على أرضيات الدورات، ويرجع التسريب إلى سلوكهم غير الموجه أثناء التبول، فلا يمكنهم السيطرة على عدم التسريب تماماً، ولاسيما أن في أذهانهم أنه يمكن تنظيفه، وهناك من يتولى هذا الأمر نيابة عنهم. ولا عجب أن هذه الشكوى متكررة، سواء من الأمهات وأبنائهن الذكور أو الزوجات، ويتضررن من تسريب الرجال للبول خارج المبولة. ولا شك أنه سلوك سيئ ويفتقر إلى الحرص. وإذا كان هذا ما يحدث بالمنازل، فما بالنا بما يحدث في الأماكن العامة، حيث يزيد عدم اهتمام الرجال أضعاف المرات؛ سواء كان تصرفاً مقصوداً أو غير مقصود من الرجال.

ووجد بيداف أن حل المشكلة هو نقش ذبابة في مكان مرئي داخل المبولة، تسترعي انتباه الرجل ومن ثم يوجه البول نحوها محاولاً اصطيادها أو مطاردتها، فيستقر البول داخلها، وعلى ذلك يقل التسريب أو ينعدم. ومن ينظر لها لأول وهلة يعتقد أنها ذبابة حقيقية، وتم تعميم حفرها في كل المباول وفي المكان نفسه.

والطريف أن رسم الذبابة له مغزى مهم؛ فهي تحفز الرجال على تصويب البول عليها، بينما إذا كان المحفور عنكبوتاً فقد يكون له تأثير سلبي، فيخاف منه الناس وقد لا يستخدمون هذه المبولة على الإطلاق. فالذبابة تعد بمنزلة منطقة وسطى، فهي شيء يُجمع الناس على عدم تقبله، وفي الوقت نفسه يعتادون عليه، ولا يشعرهم بأي خوف. ولا يشعرون بأي ذنب في محاولة قتلها.[1]

قد يكون الحديث مقززاً للبعض أو يثير دهشة بعضهم الآخر، لكن لا شك أن هذه الدهشة سوف تزول إذا نظرنا إلى الأمر بنظرة اقتصادية. فالذبابة المحفورة تعد طريقة بسيطة وغير مكلفة للحد من نفقات التنظيف. وكانت نتيجة هذه الخطوة هي خفض التسريب بنسبة 80٪، وهذه النسبة كبيرة وملحوظة.

تشكل مساحة دورات المياه في الأماكن العامة حوالي 20٪ من المساحة الإجمالية للمكان، وتقسم إلى 20٪ أماكن عامة داخل دورة المياه (كالمداخل والطرقات) و40٪ منها مخصصة للرجال و40٪ أخرى مخصصة للنساء. وتمثل مباول الرجال حوالي 10٪ من المساحة الإجمالية لدورات المياه في الأماكن العامة. ومن ثم فإن حجم نفقات تنظيفها كبير للغاية. ويسري الأمر نفسه في المنازل؛ إذ تنفق ربة البيت أو من يساعدها وقتاً وجهداً ومالاً لتنظيف هذا التسريب، بخلاف ما يترتب عليه من مشكلات صحية.

أما في شأن النفقات، فقد أسهمت الذبابة المحفورة في خفض النفقات المباشرة للتنظيف بحوالي 20٪ أو أكثر، بخلاف النفقات غير المباشرة. يرتاد مطار سخيبهول سنوياً حوالي 76 مليون مسافر، وتتجاوز نفقات تشغيله السنوية مليار يورو، وعدد رواده من الرجال حوالي 38 مليون، يستعمل أكثر من 75٪ منهم دورات المياه؛ أي قرابة 30

مليون شخص، ولنا أن نتخيل حجم التسريب، وما يتكلف تنظيفه من مال ووقت وجهد. والنتيجة المباشرة هي توفير 80 مليون يورو سنوياً. والشركة التي تتولى إدارة هذا المطار تدير أيضاً الصالة رقم 4 بمطار جون إف كنيدي بولاية نيويورك، وغيرهما من المشروعات الدولية العامة.

لعبت الجوانب النفسية دوراً مهماً في فكرة حفر هذه الذبابة، إذ اعتمدت على غريزة الرجال في الاصطياد وإعطائهم شيئاً لاستهدافه، والنتيجة توفير ملايين الدولارات وعدد لا نهائي من ساعات العمل على مدار الزمن. ومنذ قيام إدارة مطار أمستردام بهذه الوكزة السلوكية، أصبحت الذبابة المنقوشة تفرض نفسها في دورات مياه الرجال في شتى أنحاء العالم. ويقول آد كيبووم إن العالم يعرفه الآن بسبب هذه الذبابة. ويُعَدُّ هذا النموذج من كلاسيكيات الاقتصاد السلوكي، ويُعَدُّ نموذجاً مثالياً أيضاً؛ إذ يشتمل على العوامل الشخصية والاجتماعية والبيئية الثابتة نسبياً.

وجوهر فكرة الذبابة هو حقيقة علم الاقتصاد السلوكي وشكل تطبيقه الواقعي والعملي أي طريقة الربط بين النظريات والممارسة، وما أتى به من أدوات تستخدم لفهم الجوانب الخفية في السلوك الإنساني الاقتصادي. إذ يعيد العلم النظر في كل شيء مهما كان صغيراً. والأمورالتي اعتدنا على تسميتها أنها أمور صغيرة، قد تكلف الكثير وفي بعض الأحيان تكلف حياة البشر.

يدور الأمر في الاقتصاد السلوكي حول كيفية اتخاذ الوحدات الاقتصادية المختلفة لقراراتها الاقتصادية –سواء كانت فرداً أو مؤسسة أو دولة– بطريقة عقلانية، إلى حد كبير، تقي متخذ القرار الندم مستقبلاً؛ فصانع القرار يتخذ قراراته في ظل البيئة المحيطة والمحددة بملامح مرئية أو غير مرئية تؤثر بلا شك في قراره، والآلية التي يساعد بها الاقتصاد السلوكي هي "الوكز". والوكز كما يراه مبتكراه العالمان الأمريكيان ريتشارد ثالر Richard Thaler وكاس سانستين Cass Sunstien، هو تنبيه سلوك الناس للتصرف بطريقة متوقعة دون حظر أي خيار أو التأثير في عوائدهم الاقتصادية تأثيراً ملحوظاً.

فالوكز لا يفرض ولاية على الناس، فلا يمنعهم من فعل الأشياء الخاطئة، إنما يجعل فعل الأشياء الصحيحة سهلاً. ومَن يتخذ القرار هو من يكِز الناس، ويُطلَق عليه مهندس الاختيار Choice architect.

ونتناول في هذا الفصل المفاهيم الأساسية للاقتصاد السلوكي، ومنها الوكز وهو آلية تطبيق هذا المجال وأنواعه المختلفة، ويعد إحدى أدوات مهندسي الاختيار، ونبين كيف تساعد هندسة الاختيار Choice Architectures على دفع الناس لاتخاذ أفضل الخيارات وهذا بإقرارهم ودون أي إجبارٍ لهم. وفلسفة الفكرة هي الحرية الأبوية Libertarian paternalism.

وبيئة الاختيار وهندسته تتضمنان الخيارات المفروضة defaults، ولا بد أن يتوقع مهندس الاختيار أخطاء المتعاملين مع البيئة التي يصممها expecting errors، ويجب عليه أيضاً فهم واستشراف الخريطة الإجمالية التي تتضمن البيئة والأفراد understanding mappings، ولا بد أن يكون صدره رحباً فيتلقى ردود الفعل لهذا الاختيار ويعمل على تقييمه giving feedback، وأن يلقي بنظره على الخيارات المعقدة وهيكلتها structuring complex choices، وأخيراً يجب عليه خلق الحوافز creating incentives والعوائد التي تعود على الناس.[2]

المبحث الأول: الوكز والخيار المفروض

أولاً: ماهية الوكز

الوكز كما جاء في كتاب "الوكزة" هو "إشارة وتنبيه يستخدم في أحد جوانب هندسة الاختيار؛ فينبه سلوك الناس، ويعمل على تغيير هذا السلوك بطريقة يمكن التنبؤ بها، دون منع أي خيار، أو تغيير لحوافزهم الاقتصادية بشكل ملحوظ. ولاعتبار أي تدخل "وكزاً" يجب أن يكون التدخل سهلاً ورخيصاً. والوكز ليس نوعاً من أنواع فرض الولاية أو الوصاية على الناس؛ فوضع الفواكه عند مستوى النظر على طاولة الطعام يُعَدُّ وكزاً، أما حظر الوجبات السريعة الدسمة فلا يُعَدُّ كذلك".[3]

"وعلى الرغم من بساطة الوكز وفاعليته، فإن رجال الاقتصاد يتجاهلونه، واهتمامهم في المقام الأول بالحوافز. فإذا فرضت الحكومة ضرائب على السجائر؛ فإن شراء الناس لها سوف يتضاءل، لكن سلوكهم لن يتأثر بهذا العامل الذي لا صلة له بفكرة السلوك، ويستجيب الناس للحوافز الاقتصادية ولا تؤثر في سلوكهم أيضاً. إن ما يؤثر في سلوكهم هو كيفية عرض الخيارات أمامهم؛ أي الإطار المرسوم للتفكير من خلاله. ويمكن أن نزيد من قدرات كل شخص مسؤول عن تحسين حياة الناس بالمزج بين الحوافز والوكزات معاً، ويساعد ذلك في حل العديد من المشكلات الكبرى التي يواجهها المجتمع، وفي الوقت نفسه الإصرار على الحفاظ على حرية الجميع في الاختيار.

ويُقصد بالوكز، دفع الناس لتحويل التصرفات والسلوكيات الفردية أو الجماعية من منطقة العاطفية إلى منطقة العقلانية، ومن ثم تنسجم مع المصلحة الاقتصادية للفرد والجماعة على حد سواء من دون فرض قيود أو إلزام بأي شكل؛ فالإلزام محله التشريعات لتعديل السلوك. ومصادر الوكز هي البحوث الدقيقة لعلماء الاجتماع والنفس على مدار العقود الأربعة المنصرمة حول مدى العقلانية التي يتخذ على أساسها بنو البشر قراراتِهم وأحكامَهم في الحياة.

وليس مطلوباً من الناس أن تكون توقعاتهم مثالية حول نتائج تصرفاتهم، خاصة في الأمور التي تتطلب معرفة كبيرة، وإذا أرادوا أن يتنبؤوا مثلما يتنبأ الاقتصاديون، فيجب أن تكون توقعاتهم غير متحيزة؛ فتوقُّع الشخص الاقتصادي قد يكون خاطئاً في بعض الأحيان، لكن لا يمكن أن يكون هناك خطأ منهجي طوال الوقت، وفي اتجاه يمكن التنبؤ به. وعلى العكس من ذلك فإن البشر توقعاتهم خاطئة في كثير من الأحيان.

ومن أمثلة التوقعات الخاطئة، ما يقع فيه الناس قبل بداية أمر جديد وهو ما يعرف اصطلاحاً بـ "المغالطة في التخطيط" planning fallacy؛ فهناك ميل فطري وعلى نحو منهجي في التفاؤل غير الواقعي بشأن الوقت الذي يستغرقه تأسيس المشروعات، ويُفاجأ الشخص الذي يستأجر مقاولاً لمساعدته على تأسيس المشروع، ويبلغه أن المشروع

سيستغرق وقتاً أطول، وحتى لو كان الشخص يعرف التخطيط المغلوط ويعلم تماماً أن هذه المغالطة عيباً سلوكياً؛ يظل التفاؤل مسيطراً عليه، ويشعر بالصدمة عندما يتأخر تنفيذ المشروع، بل أكثر من ذلك، فإن استجابته النفسية للتأخير هي أيضاً متأخرة؛ فيعمل على إلغاء التأخر في الزمن باستخدام المحاسبة العقلية Mental Accounting.

وتؤكد مئات الدراسات أن توقعات الناس معيبة ومتحيزة، بل إنهم لا يتخذون قرارات جيدة في كثير من الأحيان ولا تصب في مصلحتهم. وهناك ما يسمى التحيز للوضع الراهن status quo bias، وله وجه علمي آخر هو الجمود inertia، أي الميل للبقاء في الحالة التي عليها الإنسان، مثل البقاء في الوظيفة نفسها التي يعمل بها، وفي المسكن نفسه، وفي المدينة نفسها، وألّا يدخر قرشاً أبيض، ولا يُقلِع عن التدخين، وخلاصة القول: هو البقاء على ما هو عليه فحسب. وهناك العديد من الأسباب التي تجعل للناس ميلاً قوياً لاتخاذ التحيز للوضع الراهن أوالخيار القائم default option، خيار فرضه هو على نفسه، وأنه أصبح منهجاً أساسياً له في الحياة.

أصبحت معدلات السمنة في الولايات المتحدة تقترب الآن من 20٪، ويعتبر أكثر من 60٪ من المواطنين الأمريكان إما يعانون السمنة المفرطة أو زيادة الوزن. وهذا ليس حال أمريكا فحسب، بل حال الكثير من البلدان. وأكدت العديد من الأبحاث العلمية أن البدانة المفرطة تزيد من مخاطر الإصابة بأمراض القلب وداء السكري، وكثيراً ما تؤدي إلى الوفاة المبكرة. ومسألة السمنة هي أحد الموضوعات -من ضمن موضوعات عدة- التي يعالجها الاقتصاد السلوكي، وخاصة أنها تشكل تهديداً كبيراً للكثير من البشر؛ وتكاليفها الاجتماعية والاقتصادية باهظة. ولا شك أن وكز الناس نحو اختيار النظام الغذائي الصحي، أو وكزهم نحو اتباع حمية غذائية يُعَدُّ بلا شك عملاً رائعاً ومفيداً.

إن ما يعني العقلاء من الناس بطبيعة الحال هو مذاق الطعام فحسب، لا الجوانب الصحية المترتبة على تناوله. وتناول الطعام في حد ذاته مصدر للمتعة، ولا نقول بحال إن كل شخص يعاني زيادة الوزن قد فشل في التعامل بعقلانية وحكمة. وفي الوقت نفسه

نرفض القول إن كل الناس يحسنون اختيار نظامهم الغذائي. وما ينطبق على موضوع البدانة ينطبق على السلوكيات الإنسانية الأخرى ذات المخاطر؛ مثل التدخين، وتناول الكحوليات التي تتسبّب في الموت المبكر لأكثر من نصف مليون إنسان سنوياً. وخيارات الناس في نظامهم الغذائي والتدخين والشراب لا يمكن بحال اعتبارها منطقية، أو أنها تعزِّز رفاهيتهم. وواقع الحال أن أولئك المدخنين، ومدمني الكحوليات، ومحبي تناول الطعام على أتم استعداد لقبول طرف ثالث يتدخل بينهم وبين عاداتهم، ويدفعهم نحو اتخاذ قرارات أفضل".[4]

ثانياً: الوكز باستخدام الخيار المفروض Default Option

دعنا نتذكر آخر مرة قمت فيها بشراء منتج تحتاج عملية اختياره إلى تأنٍّ ليتناسب مع احتياجاتك، فليكن مثلاً جهاز حاسوب محمولاً (لاب توب)، وقمت بتبسيط قرار الشراء باختيار علامة تجارية مشهورة سبق لك شراؤها في الماضي، وعلى ذلك زرت موقعها الإلكتروني لإتمام عملية الشراء، لكن عملية صنع القرار لم تتوقف عند هذا الحد؛ إذ يجب عليك تحديد المواصفات التي تحتاج إليها في حاسوبك من بين الأجهزة المختلفة مثل (سرعة المعالج، ومساحة القرص الصلب، وحجم الشاشة، ...إلخ)، وفي هذه المرحلة لم تكن متيقناً من المواصفات التي تحتاج إليها على وجه الدقة، وهنا يعرض عليك مُصَنِّعُو الأجهزة نموذجاً أساسياً مضافاً إليه مجموعة من الخيارات يمكن تغييرها وفقاً لتفضيلات كل مُشترٍ، والطريقة التي يقدم بها المنتجون الخيارات أمام المشترين سوف تؤثر في النهاية في قرارات الشراء، وهذه الخيارات توضح عدداً من المفاهيم المستمدة من نظريات الاقتصاد السلوكي.

وفي سبيل إتمام عملية الشراء من خلال موقع المنتج الإلكتروني تُطرَح مجموعة من الخيارات: أولها، النموذج الأساسي Default، وهذا النموذج يلائم العملاء الذين لم يحسموا اختيارات مواصفات جهازهم بعد، وخاصة إذا تم عرض هذا النموذج في شكل صريح تحت اسم "مواصفات مَوصى بها". أما ثانيها، فيضع المنتِج إطاراً معيناً

للخيارات المختلفة بحذف إحدى المواصفات أو أكثر، أو بإضافة مواصفات على النموذج الأساسي، ويقوم العملاء باختيار ما يرغبون فيه من مواصفات في هذا الإطار. وقد أثبتت الأبحاث أن الناس يلتصقون بالخيار القائم في كل إمكانية من الإمكانيات حتى مع وجود العديد من الإمكانيات والمميزات.[5]

وأخيراً، استراتيجية تأطير -أي وضع إطار محدد لها- الاختيارات المرتبطة بالإرساء السِّعري price anchors الذي حُدد من قبل، وهو السعر الذي حدده المنتج ليتقبله العميل، أو السعر الذي يقبله السوق في إطار المنافسة. وإذا ما انتهت اختيارات المستهلك إلى جهاز قيمته 1500 دولار؛ فإن ذلك يُعَدُّ أكثر جاذبية من جهاز شامل الإمكانيات كافة وقيمته 2000 دولار، ولا شك أيضاً أنه أفضل من أن ينتهي بسعر 1000 دولار ويختار النموذج الأساسي. ويقوم البائعون بإجراء اختبارات دقيقة للوصول إلى أفضل الأطر التي تتضمَّن خيارات تعمل على زيادة حجم المبيعات، وفي الوقت نفسه تحديد سعر أولي لنموذج أساسي يلبي اختيار فئة معينة من المستهلكين، وهو ما يطلق عليه Segmentation.

ولعل الوكزات الأكثر تكراراً هي أن تكون الخيارات على شكل اختيارات مفروضة، ويمكن تعريفها بأنها "عبارة عن مسارات عمل محددة سلفاً يتم تفعيلها بصورة تلقائية إذا لم يتم تحديد شيء بواسطة صانع القرار، وتجدي نفعاً عندما يكون هناك جمود أو عدم تيقُّن في اتخاذ القرار".[6]

تعد الخيارات المفروضة بمنزلة طريق يخلو تقريباً من المقاومة بسبب الكسل والخوف والتشتت، يختار الناس الخيار الذي يحتاج إلى أقل جهد منهم؛ فالناس بطبيعتهم لا يقاومون. وما يترتب على هذه القوى النفسية التي تتحكم في الناس أنه في حالة عرض عليهم خيار لا يتطلب منهم فعل أي شيء؛ فإن الأرجح هو اختيار عدد كبير من الناس لهذا الاختيار، بغض النظر عما إذا كان هذا الخيار جيداً بالنسبة إليهم أو لا. وهذه الميول السلوكية الفطرية نحو عدم فعل شيء سوف يعاد تشكيل قوتها إذا كان الخيار المفروض

يظهر في شكل اقتراحات صريحة أو ضمنية؛ إذ يُعيد تقديم الأمر في شكل أنه الاختيار الطبيعي أو التصرف الموصى به.[7]

ومن العديد من الأبحاث يمكن استخلاص درسين غايةً في الأهمية: أولهما، ألا تُقَلِّل من شأن قوة تأثير الجمود inertia مطلقاً. وثانيهما، يمكن توظيف وتسخير هذه القوة والاستفادة منها بما يحقق مصلحة الناس، وعلى ذلك إذا تبيَّن للشركات الخاصة أو الجهات الحكومية أن سياسة ما تُحقِّق أفضل النتائج، فمن ثم يمكن لهم التأثير في النتائج عن طريق تبنِّي سياسة ما باعتبارها السياسة القائمة أو المفروضة. وكما سيتضح لاحقاً فإن تحديد الخيارات القائمة وغيرها من استراتيجيات التغيير البسيطة يمكن أن يكون لها تأثيرات ضخمة قي العوائد، سواء من جانب زيادة المدخرات التعاقدية، أو تحسين الرعاية الصحية، أو حتى توفير الأعضاء البشرية لإنقاذ حياة الكثيرين بعمليات زرع الأعضاء. إن الآثار المترتبة على حسن اختيار الخيارات المفروضة تقدم دليلاً على القوة الناعمة للوكزات المستمدة من الاقتصاد السلوكي.

ويمكن إدخال تحسينات كبيرة وملحوظة في حياة الناس عن طريق قيام مهندسي الاختيار بتصميم بيئات يسهل التعامل معها ومن خلالها. وقد ساعدت الشركات الناجحة الكثير من الناس، أو حققت نجاحاً في الأسواق لهذا السبب تحديداً. ففي بعض الأحيان تكون هندسة الاختيار واضحة وملحوظة، وفي الوقت نفسه يكون المستهلكون وأصحاب العمل سعداء بها، (لدينا مثال لذلك جهازا الآي فون والآي باد، فبخلاف أنهما غاية في الأناقة، فإنهما يتمتعان بالسهولة في الاستخدام، ويساعدان المستهلك على فعل ما يريده). وفي بعض الأحيان تكون هندسة الشيء أمراً مفروغاً منه، ويمكن تعظيم الاستفادة ببعض العناية الفائقة.

ويقع على عاتق مهندس الاختيار مسؤولية تنظيم السياق العام الذي يتخذ الناس قراراتهم في إطاره، والكثير منا –معشر البشر– مهندسو اختيار؛ الأطباء عندما يحررون وصفاتهم الطبية لمرضاهم، ومديرو إدارات الموارد البشرية عندما يديرون البرامج

الصحية والتقاعد لموظفيهم، والمسوقون وهم يخططـون اسـتراتيجيات البيـع، ومصـمِّمو الاستمارات المختلفة، والآباء وهم يشـرحون الخيارات التعليمية لأبنائهم، وحتى الأطفال وهم يبتكرون ألعابهم سوياً يضعون إطار ألعابهم، كلّنا مهندسو اختيـار في بيئـات مختلفـة للاختيار.[8]

نفترض أن مؤسسةً ما يوجد في نظامها الإداري شهر معين في كل عام، يُسـمَح فيـه للموظفين بالتسجيل في برامج التأمين الصحي، أو المدخرات التعاقدية، وفي الوقت نفسـه تقييم الخدمات التي اختاروها والفوائـد التـي تحققـت لهـم في العـام الماضـي. ويُسـجل الموظف اختياراته عبر شبكة الإنترنت، ويتلقى بريداً إلكترونياً يتضمن شـرحاً للخـدمات التي اختارها والتعليمات الواجب اتباعها لتسجيل الاختيارات، ويتم إرسال بريـد ورقـي آخر إلى منزله لتذكيره بفعل هذه الخطوة. ولأن الموظفين هـم بشـر فـإنهم يقعـون فريسـة لبعض الإهمال في إتمام هذه الخطوة المهمة؛ وهذا يلفت الانتباه إلى أهميـة تحديـد الخيـارات المفروضة لهؤلاء الموظفين المشغولين دائماً وشاردي الذهن في كثير من الأحيان.

ونفترض أن هناك بديلين يمكن المفاضلة بينهما: الأول، الموظف الذي لم يسـجل أو يختار، وهذا يمكن إلحاقه بالنظام الذي اختاره العام الماضـي، أمـا البـديل الثـاني، فهـو أن يعود اختياره إلى "صفر". ولنفترض أن موظفاً في العام الماضـي يُدعَى (أحمـد) قـام بـدفع مبلغ وقدره ألف دولار في برنامج ادخار المعاش الخاص به؛ فإذا لم يقـم بتسـجيل دخولـه العام الحالي فيكون البديل الأول له هو الاشتراك القائم فعلاً من العام الماضـي وهو ألـف دولار، والبديل الثاني لاختياره هو أن يكون إيجابياً، ويبين اختياراته لهذا العام. وهنا يكون دور مهندس الاختيار المفاضلة بين هذه البدائل ويفرضها، ويجعل منها الخيار القائم.

ولا شك أن غالبية الموظفين لا يرغبون في إلغاء تأمينهم الصحي وضـياع ما دفعـوه من اشتراكات. وعندما يكون النظام المفروض في التأمين الصحي هو خطة العام الماضـي نفسه؛ فلا شك أنه أفضل كثيراً من أن يكون النظام المفروض هو عدم الاشتراك في بـرامج التأمين الصحي.[9]

ويقول ثالر في كتاب الوكزة: إن هذه المشكلة ليست مجرد مشكلة افتراضية بحتة أو فرض نظري؛ بل هي واقع نعيشه، ففي أحد اللقاءات التي جمعتنا-يقصد هو وسانستين- مع ثلاثة من موظفي الإدارة العليا بالجامعة لمناقشة قضايا مماثلة-تزامن هذا اللقاء مع اليوم الأخير في فترة تسجيل رغبات الموظفين- وطرحنا عليهم سؤالاً: هل تتذكرون تسجيل رغباتكم في البرنامج؟ فقال أحدهم: إنه كان يزمع تسجيل رغباته في وقت لاحق في هذا اليوم، وإنه سعيد لتذكيره بالموعد. وقال الثاني: إنه نسي الموعد تماماً، بينما كانت إجابة الثالث: إنه يأمل أن تكون زوجته قد تذكرت القيام بذلك، ثم تحول حديث المجموعة إلى ماهية النظام الذي يجب أن يكون مفروضاً في برنامج المرتب التكميلي (خاص بتخفيض الضرائب على المدخرات)، ولهذا البرنامج تحديداً كان الخيار المفروض هو "العودة إلى نقطة الصفر". وعلى ذلك اتفق الفريق بالإجماع على تغيير النظام المفروض في الجامعة ليصبح هو نفسه ما كان في العام الماضي، ولا شك أن هذا أفضل.[10]

يوضح هذا المثال بعض المبادئ الأساسية لهندسة الاختيار الجيد؛ فمَن يقوم بالاختيار هم بشر، لذا يجب على مصمِّمي الخيارات وواضعي الأنظمة أن يضعوا نصب أعينهم جعل حياة الأفراد سهلة قدر الإمكان، فيمكن إرسال رسائل لتذكيرهم، ثم محاولة الحد من التكاليف المفروضة على الناس. وهذه المبادئ يمكن تطبيقها في كل من القطاعين الحكومي والخاص. لقد اكتشفت الكثير من المؤسسات -الخاصة أو العامة- القوة الهائلة للخيارات المفروضة، سواء الصغيرة منها أو الكبيرة. ومن أمثلة ذلك، التجديد التلقائي لاشتراكات المجلات؛ وهذا الأمر يترتب عليه بقاء الكثير من الناس في الاشتراك حتى لو توقفوا عن قراءة المجلة. وهناك الشراء التلقائي لتأمين السفر الإضافي عندما يقوم الناس بشراء تذاكر الطيران أو القطارات، الذي يكون نظير سداد مبلغ إضافي بالطبع".[11]

قامت الكثير من المؤسسات الذكية بالتحول نحو طباعة أوراقها على وجهي الورقة لا على وجه واحد لتوفير النفقات والآثار السلبية على البيئة. وخلال الحملة الرئاسية للرئيس باراك أوباما قام رئيس مستشاري الحملة ديفيد بلوف David Plouffe بإصدار قرار يُلزِم بضبط الطابعات كافة على خاصية الطباعة على الوجهين، وقدرت مدينة تولسا

Tulsa بولاية أوكلاهوما مقدار الأموال التي سيتم توفيرها نظير التحول إلى الطباعة على الوجهين بحوالي 41000 دولار سنوياً، هذا في مدينة واحدة في ولاية واحدة.[12]

إن اختيار الخيار المفروض يعد أمراً جدلياً إلى حد ما، ومثال ذلك المشكلات التي طرأت على ميزانيات الدول؛ إثر الأزمة المالية التراجع العظيم 2008 The Great recession التي استلزمت خفض النفقات الحكومية، ومن ضمن توصيات خفض النفقات إغلاق مواقف السيارات التي تديرها الولايات المختلفة في أمريكا، لكن ولاية واشنطن لجأت إلى خيار مفروض على الناس حتى تتجنب إغلاق المواقف، وذلك عن طريق فرض رسم مقداره 5 دولارات عند تجديد لوحات سياراتهم المعدنية. وقبل الأزمة المالية كان هذا الرسم اختيارياً للسائقين. هنا تحولت الولاية من حالة الدخول الاختياري إلى حالة الخروج الاختياري، فإذا لم يرغب السائق في سداد هذا الرسم فمن حقه عدم سداده، وفي الوقت نفسه عدم الاستفادة من خدمات المواقف. وإعمالاً لقواعد الشفافية قامت الولاية بتوضيح معلومات وافية للسائقين عن السبب خلف هذا التغيير، ويُعَدُّ هذا التغيير بمنزلة حل طويل الأجل للمشكلات المالية للولايات.

ويقترح العالم جونسون لتنفيذ "وكزات" ناجحة تحقق أمرين: الأول، إمكانية التعامل مع الاختلافات الفردية بين الناس، عن طريق تخصيص معلومات لكل فئة على حدة، حيث يمكن زيادة فاعلية الوكزات بالاهتمام بالاختلافات بين الأفراد، ويمكن استخدام النظريات النفسانية التي تعالج التناسب التنظيمي؛ إذ تقدم نظرية التناسب التنظيمي تفسيراً مقبولاً للاختلافات فيما يتعلق بأطر الخيارات؛ فالأشخاص الذين يركزون على الوقاية، والذين يميلون إلى التركيز على تجنب النتائج السلبية في سعيهم إلى تحقيق الأهداف يكونون أكثر عُرضَة لإطارات الخسارة، في حين أن الأفراد الذين ينصبُّ تركيزهم على الجانب الترويجي بقوة، والذين يميلون إلى تحقيق نتائج إيجابية بفارغ الصبر، يتأثرون بسهولة أكثر لأطر المكسب.[13]

الثاني، أن يهتم صانع القرار بالسياسة التي يتبعها، ويقيّم النتائج وما وصلت إليه سياسته، وهذا يعكس حقيقة أن الناس غالباً ما يكونون غير قادرين على التنبؤ بدقة

بالتفضيلات المستقبلية ومشاعرهم التي تتولد من نتائج اختياراتهم. كما أنهم يميلون إلى التقليل من تكيفهم مع الخبرات المختلفة. مثال ذلك، قوانين حماية المستهلك التي تنص على فترات سماح لاستبدال أو استرجاع المنتَج، وتأخذ بعين الاعتبار أن الناس أحياناً يتخذون خيارات في حالات الانفعال دون الوعي بمدى سعادتهم بالمنتج مستقبلاً. وهكذا، عندما يقوم مهندسو الاختيار بإعمال الوكزات فقد يرغبون في تشجيع متخذ القرار على النظر -ليس فقط- في مميزات وخصائص الاختيار البارزة وقت الاختيار، ولكن في النتائج المهمة التي تتحقق في المستقبل أيضاً.[14]

ثالثاً: أنواع الوكز

لقد امتد نطاق الوكز وتطبيقاته وأنواعه بصورة كبيرة؛ الأمر الذي يصعب معه إجماله في هذا المقام، وأفضل طريقة لفهم الوكزات هي ربطها بمشاكل محدَّدة في إطار السياق الأكبر للسلوك المستهدف؛ إذ لوحظ في بعض الأحيان فقدان مُطَبِّقي الوكزات للبوصلة حيال كثرة الأفكار السلوكية. وتعد الوكزات أدوات ذات تأثير قوي في تغيير السلوك دون تقييد حرية اختيار الأفراد. وقد ساق العالمان ثالر وسانستين في كتابهما "الوكزة" العديد من الوكزات، وبالطبع هناك الكثير منها. وبمقدور أي أحد أن يبتكر وكزته الخاصة، ومن يجد في نفسه القدرة على ذلك فبمقدوره إرسالها عبر موقع الوكز على شبكة الإنترنت www.Nudges.org.

وهناك قائمة أخرى مفيدة كتبها العالم كاس سانشتاين وحده، وقدم وكزات عدة مستمدة من الرؤى السلوكية مخصصة لبرامج السياسة العامة في شكل مبسط، التي يمكن أن تساعد الناس على اتخاذ خيارات أفضل. ومن أمثلة الوكز الذي يعتمد على الخيار المفروض، هو تسجيل العاملين تلقائياً في خطط الادخار ليجدوا عند خروجهم على المعاش ما يوفر لهم حياة كريمة. ومن الأمورالتي تقف حائلاً دون اتخاذ الناس قرارات تصب في مصلحتهم "التعقيد"، فجعل استمارات التسجيل أو شروط القيد في أي نشاط بسيطة، لا شك أن مثل هذه الوكزة تشجع الناس على الإقدام على الأمور الإيجابية.[15]

وتلعب الأعراف الاجتماعية دوراً في دفع الناس إلى السلوكيات الإيجابية، فالتأكيد على ما يفعله معظم الناس، مثلاً القول: تسعة من أصل عشرة أشخاص يدفعون ضرائبهم في الوقت المحدد، سيشكل حافزاً للناس على سداد ضرائبهم في المواعيد المحددة. ويتأثر الناس بمدى السهولة والراحة، فجعل الأطعمة الصحية أكثر وضوحاً ويمكن الوصول إليها بسهولة وإتاحتها بسهولة ويسر في الأسواق، لا جدال في أن هذا الأمر يدفع الناس إلى تناول المزيد من الأغذية الصحية.

وقدمت مجموعة من علماء السلوك، بقيادة إريك جونسون Eric Johnson، أدوات عملية موجَّهة، نشرت في مجلة التسويق تشتمل على نصائح سلوكية، حيث إن أفضل تدخل لمواجهة "الجمود في اتخاذ القرار" هو اللجوء إلى الخيارات المفروضة. ومواجهة التحميل الزائد للاختيار باللجوء إلى بديل يعالج المشكلة بتقليل عدد الاختيارات، أو عن طريق توفير مساعدات خارجية لاتخاذ القرار. ويمكن معالجة التسويف وقصر النظر عن طريق تحديد إطار زمني محدد للعمل أو التركيز على الإرضاء.[16]

ويمكن تقليل المشكلات التي تظهر مع عمليات البحث المعقدة عن طريق اتخاذ القرار تدريجياً، واللجوء إلى تدرج القرار. وأفضل تطبيق لمكافحة الاستثمار الساذج، هو تقسيم الخيارات المتاحة أمام المستثمر. والمسائل غير المنتظمة، كالمدفوعات الشهرية لسداد الديون، فيمكن معالجتها ببذل المزيد من الجهد لفهمها وإعادة ترتيبها وترجمتها إلى كلمات يستوعبها عقل الإنسان البسيط، وتوضح له المبالغ الواجب سدادها شهرياً لسداد كل المديونية خلال مدة معينة.

تتباين أنواع الوكزات بناء على أبعادها التطبيقية، وفي دراسة أعدها الباحثان جوليان هاوس وإليزبيث ليونز قاما فيها بتجميع مجموعة رئيسية لأنواع الوكزات المختلفة من دراسات متعددة استناداً إلى خصائص كل نوع. ونستعرض تلك الأقسام بالاستناد إلى المفهوم الذي ترتكز عليه الوكزة والغرض النهائي؛ ومنها وكزات التشجيع Encouraging Nudges التي تعمل على تفعيل السلوك المرغوب فيه من الواكز أو

استمرار تنفيذه. ووكزات التثبيط أيضاً Discouraging Nudges، فهي تعمل على الحد من السلوك غير المرغوب فيه:[17]

1. وكزات التحفيز الذاتي Self-Control Boosting Nudges

وهي الوكزات التي تساعد الناس على تنفيذ ما يأملون في تنفيذه، إلا أنهم يجدون صعوبة في تحقيق ذلك. وهذه الوكزات التي تعالج العقبات التي تواجه الناس لاختيار أفضل الخيارات الشخصية، تعد من أهم أهداف الاقتصاد السلوكي؛ إذ إن الهدف الرئيسي منه هو تحسين حياة البشر بوجه عام.

يحتاج الكثير من الناس إلى المساعدة في تحقيق أهدافهم وتطلعاتهم. وإلزام الشخص نفسه باتخاذ خطوات محددة هو الطريق الوحيد لتحسين احتمالات النجاح. ففي بعض الأحيان يكون من السهل خلق هذا الالتزام؛ مثل قيام الشخص بإلغاء بطاقته الائتمانية، والتزامه عدم تناول الأطعمة المرتفعة السعرات الحرارية. وغلق التلفاز عقب الانتهاء من مشاهدة البرنامج المفضل والعودة إلى العمل. وفي أحيان أخرى يكون من الصعب تحقيق هذا الالتزام.

وعلى ذلك، قام دين كارلان، أستاذ الاقتصاد بجامعة ييل، بالتعاون مع زميله إيان ايريس في تأسيس مشروع يساعد الناس على تحقيق أهدافهم، وأطلقا عليه اسم "ستيك Stickk". يقوم المشروع على تقديم طريقين لمساعدة العملاء على تحقيق الالتزام بالأهداف، الأول مالي، والثاني غير مالي. فمع الطريق المالي يقوم الشخص بإيداع مبلغ من النقود على أن يوافق على إنجاز هدف معين في تاريخ محدد، مع توضيح الكيفية التي سيحقق بها هذا الهدف، مثل فقدان وزنه الزائد في عيادة طبيب أو في منزل أحد الأصدقاء. أو إجراء اختبار البول للتأكد من خلوه من النيكوتين في عيادة طبية. أو الالتحاق ببرامج تعزيز الأخلاق والشرف والنزاهة. فإذا حقق الشخص هدفه استرد النقود التي أودعها، أما إذا عجز عن ذلك فإن النقود تذهب إلى الجمعيات الخيرية.

وللعميل الخيار أيضاً في الانضمام إلى "مجموعة الالتزام المالي" حيث تقسم الأموال بين الأعضاء الذين حققوا أهدافهم. (والخيار الأول أكثر صرامة وإيذاءً، بل وربما أكثر فاعلية؛ إذ إن المال قد يذهب إلى أناس لا يفضلهم العميل مثل حزب سياسي منافس لحزبه، أو فريق رياضي لا يشجعه) وتتضمن الالتزامات غير المالية فكرة ضغط الأقران (عن طريق إرسال رسائل عبر البريد الإلكتروني إلى العائلة أو الأصدقاء توضح فيها ما حققه من نجاح في تحقيق هدفه أو فشله في ذلك)، وتتم مراقبة الشخص في تحقيق هدفه من خلال مدونة المجموعة. وقد يكون هدف المشارك هو إنقاص وزنه، أو الإقلاع عن التدخين، أو ممارسة الرياضة بانتظام، أو تحسين درجاته العلمية.

وهناك قسم إبداعي للأشخاص الباحثين عن أهداف أيديولوجية خاصة بهم، مثل تسلق جبل كليمنجارو أثناء وجود الجليد على قمته (ويتم التأكيد على تحقيق الهدف بصورة فوتوغرافية) أو السفر إلى منغوليا (ويتم التحقق من ختم جواز السفر)، أو تعلم لعبة صعبة، أو المشاركة في ماراثون. أو ادخار المزيد من النقود، والتوفير في استخدام الغاز والكهرباء، وأياً ما كان قد حققه المشارك من تحسين نفسه والتزامه فبمقدوره استعراضه ونشره على الموقع الإلكتروني".[18]

ومن الوكزات أيضاً وكزة "الإقلاع عن التدخين بدون لاصقة النيكوتين". "لا شك أن هناك الكثير من المنظمات التي تساعد الناس على الالتزام وتحقيق أهدافهم. وهناك برامج وضعت لمساعدة الناس على الالتزام بالحد من التدخين والإقلاع عنه؛ مثل برنامج الإدخار الذي ابتكره بنك كارجا الأخضر في مدينة ميناداناو في الفلبين. حيث يقوم الشخص المدخن بفتح حساب في البنك بحد أدنى دولار واحد لمدة ستة أشهر على أن يقوم بإيداع المبالغ التي من المفترض إنفاقها على السجائر في الحساب. (في بعض الحالات يذهب ممثل البنك أسبوعياً إلى المنزل لجمع الإيداعات) وبعد مرور ستة أشهر يتم عمل اختبار بول للعميل للتأكد من إقلاعه عن التدخين. فإذا أقلع بالفعل يحصل على أمواله مضافاً إليها الفوائد، وإذا لم يقلع يغلق الحساب وتذهب النقود إلى إحدى الجمعيات الخيرية.

وقد جرى تقييم النتائج الأولية لهذا البرنامج بواسطة معمل الفقر في معهد ماساشوستس للتكنولوجيا، وتبدو النتائج جيدة للغاية. ففكرة فتح الحساب أسهمت في زيادة عدد الراغبين في الإقلاع عن التدخين بنسبة 53٪. ولم تتحقق هذه النسبة بوسائل الإقلاع عن التدخين الأخرى ولا حتى لاصقة النيكوتين، ومن ثم تعد طريقة ناجحة للغاية".[19]

2. الوكزات التي تنشط المعايير السلوكية Nudges that Activate Behavioural Standards

تهدف إلى تغيير سلوك الفرد في حال غياب معيار سلوكي موجود مسبقاً. وهدف هذه الوكزات تعديل السلوكيات التي لا يبالي بها الناس أو لا يهتمون بها. وتعمل على تفعيل معايير سلوكية كامنة أو غير موجودة، من خلال تعريض الناس لظروف تعزز من حدوث هذه السلوكيات الإيجابية.[20]

ومنها وكزة "امنح أكثر غداً". لا شك أن الكثير من الناس لديهم دوافع قوية نحو أعمال البر والإحسان. إلا أن الجمود يقف حائلاً أمام ذلك، ويجعلهم يقدمون أقل مما يرغبون في تقديمه. فنواياهم الداخلية المتمثلة في نظام تفكيرهم الانعكاسي تدفعهم نحو تقديم المزيد من الخير. إلا أن نظام عقلهم التلقائي لا يمكن الالتفاف عليه. ولنتذكر سوياً عدد المرات التي اعتقد فيها كل منا أنه يجب عليه تقديم بعض المساعدة لمن يحتاجون إليها، إلا أن الوقت مر دون تقديم هذه المساعدة لأننا كنا منشغلين بأمور أخرى. وإحدى الوكزات البسيطة لتفعيل فكرة (امنح أكثر من أجل الغد) تأتي فكرتها الأساسية من فكرة (ادخر أكثر من أجل الغد). وعلى ذلك يكون الطلب من الناس بالتبرع بمبلغ بسيط للغاية أو بشيء بسيط جداً لأي جمعية خيرية، وأن يكون التبرع في وقت قريب. ثم الالتزام بزيادة هذه التبرعات كل عام. وعليه، إذا ما رغب الأفراد في التبرع بالمزيد فإن كل ما عليهم هو إجراء مكالمة هاتفية سريعة، أو إرسال رسالة إلكترونية لا تستغرق سوى دقائق معدودة.[21]

وقد أجرت آنا بريهان تجربة رائدة باستخدام هذه الفكرة بالتعاون مع جمعية خيرية كبرى. وكان المتبرعون يقدمون بالفعل مبلغاً كل شهر. وخيَّرتهم بين زيادة تبرعاتهم شهرياً

مباشـرة أو البدء في زيادتها في غضون شهرين. وكانت النتيجة أن المجموعة التي اختـارت الزيادة خلال شهرين زادت تبرعاتها بنسبة 32٪. وقد أثبت الواقع أن برنامج (امـنح أكثـر غداً) قدم الكثير من المال لأولئك المحتاجين. بل هو أيضـاً خـير معـين لأولئـك شـاردي الذهن الذين يرغبون في التبرع إلا أن مشاغل حياتهم تلهيهم عن ذلك.[22]

أما "بطاقة الخصم الخيري والخصومات الضـريبية" فهي "إحـدى الـوكزات التـي تسهل على الأفراد اقتطاع المساهمات الخيرية عن طريق تسجيل المساهمات الخيرية وإرفاقها بالإقرارات الضـريبية، وقد تكون هذه العملية مرهقة لبعض الأفراد، التي تـنعكس سـلباً على تبرعاتهم بعكس الحال إذا كانت ترفق تلقائياً بإقراراتهم الضـــريبية. والحـل الواضـح والسهل لهذه الإشكالية هو بطاقة الخصم الخيرية الآلية التي تصدرها المصـارف بالتعـاون مع الجمعيات الخيرية. مع هذه البطاقة يتم خصم أي تبرعات خيرية مـن حسـاب المتـبرع ويرسل البنك في نهاية كل عام بياناً إجمالياً ومفصلاً بهذه التبرعات، ويمكن استخدام هـذه البطاقة في حالة التبرع بأشـياء غير نقدية مثل الأثاث أو السـيارات. ولا بد من التأكد مـن قيام البنك بتحديد قيمة السلع المتبرَع بها وإضافتها إلى البطاقة وإلى البيان السنوي، ومن ثم يتم إرسال البيان إلى مصلحة الضـرائب، وتقوم الحكومـة بخصـم مبـالغ التبرعـات مـن الوعاء الضـريبي تلقائياً. ومن خلال هذه البطاقـة تصـبح الأعـمال الخيريـة أبسـط وأكثـر جاذبية.[23]

3. الوكزات المفروضة ذاتياً Self-imposed Nudges

هي نوع يصلح للأشخاص الذين يتمنون الوصول إلى سـلوك مثـالي في شـأنٍ مـا، ويعد بالنسبة إليهم هدفاً مهماً. ونظراً إلى أن مثل هذه الوكزات طوعية؛ أي محركهـا الإرادة الحرة للشخص ويفرضها الشخص بنفسه على نفسه، فيمكن أن تكون أيضـاً محملـة بقـدر من الإجبار، أو تستخدَم فيها وسائل قسـرية، وتظل تحت مظلة الحرية الأبوية أيضاً.[24]

ومن أمثلة تلك الوكزة ما تم تصميمه للمساعدة في حل مشكلة المقامرة، وارتكزت على الخيار المفروض defaults؛ ففي بداية جلسة المقامرة يضطر المقامر إلى الانسحاب مـن

دور واحد إذا كان يريد ممارسة الكثير من جولات المقامرة. وتعمل الوكزة على تعطيل التدفق التلقائي والمندفع بتهور لنشاط المقامرة وإعادة إشراك الشخص في معالجة عكسية؛ أي بالاعتماد على التفكير الانعكاسي المتأني، والهدف هو إزالة التحيز لنشاط المقامرة في اللحظة الحالية، التي تقع في منطقة التلقائية والعاطفية الساخنة في العقل. وتم ابتكار جهاز آلي للحد من نشاط المقامرة؛ إذ يتدخل تلقائياً عن طريق إصدار صوت إنذار عند الوصول إلى الحد الأقصى من عدد جولات المقامرة متبوع برسالة تذكير بعدد جولات اللعب وإجمالي المبلغ الذي خسره.

وقد تكون الرسالة محمَّلة بالعاطفة حول عواقب إدمان المقامرة (وربما حول أثرها السيئ على من يحبهم المقامر؛ أولاده مثلاً) التي تحفز عملية التفكير وتحرك الدافع نحو التغيير. ويمثل الجزء الانعكاسي من النموذج موطن استراتيجيات عدم التحيز التي لا ترتبط عادة بعمليات الوكز. ويتضمن الجهاز خيار "الاتصال الهاتفي بصديق" بمجرد الوصول إلى الحد الأقصى لعدد مرات اللعب التي تم التعهد بالالتزام بها مسبقاً؛ فيتصل الجهاز بهاتف صديق المقامر تلقائياً، الذي حدد اسمه سلفاً، وعلى دراية بمشكلته وبمحاولته للإقلاع عن لعب القمار، وقد يساعد هذا الصديق في ثنْي اللاعب عن الاستمرار في المقامرة.[25]

إن لعب القمار يثير العديد من القضايا وله تأثيرات سلبية كثيرة في المجتمعات، وقد أدى إلى خراب الكثير من البيوت؛ لذا وجد الاقتصاد السلوكي في القمار مجالاً رحباً للتدخل وتحسين حياة الناس. إن مدمني لعب القمار يعيشون بيننا ويحتاجون إلى مساعدة حقيقية. وعلى مدار العقد الماضي سنّت العديد من الولايات في أمريكا، ومنها (إلينوي، وإنديانا، وميسوري) قوانين تمكن مدمني لعب القمار من وضع أنفسهم على قائمة حظر دخول الكازينوهات أو جمع الأموال من القمار. والفكرة من هذا، هي أن الشخص الذي يعاني عدم القدرة على السيطرة على نفسه هو يعلم بهذا القصور، ويتمنى وضع نظامه الانعكاسي في وضع يسيطر به على نظامه التلقائي. وبعض المقامرين يمكنهم لعبه على

سبيل الترفيه مع أنفسهم أو أصدقائهم، عوضاً عن لعبه في الحقيقة. ويمكن لهم أن يتلقوا مساعدات المؤسسات الخاصة. إلا أن أفضل وسيلة لمدمني القمار للتخلص منه هي طلب الدعم من مؤسسات الدولة المعنية بذلك.[26]

4. وكزات التعرض السلبي Passive Exposure Nudges

لا تشترط هذه الوكزات على الناس أن يتخلوا عنها طواعية واختياراً، وعوضاً عن ذلك تقوم بعض الوكزات بتشكيل السلوك السلبي بطريقة بسيطة من خلال الخيارات المتاحة دون حظر السلوك السلبي.[27]

"وعلى سبيل المثال، في العالم الحديث الذي نعيش فيه يعاني الكثيرون عدم الكياسة وحسن الخطاب. ويرسل الناس رسائل إلكترونية فيها قدر كبير من الغضب، وسرعان ما يندم الشخص على ذلك، وقد تتضمن شتائم لأناس بالكاد يعرفونهم، أو الأسوأ من ذلك عندما يرسلونها إلى أصدقائهم وأحبائهم. فبعض الناس فقط يعلمون القاعدة التي تقول لا ترسل رسائل وأنت في ثورة غضبك. اكتب رسالتك، لكن لا ترسلها. انتظر يوماً قبل إرسالها. (في الواقع، بحلول اليوم التالي يكون الإنسان قد هدأ كثيراً، وقد ينسى أساساً النظر إليها، وهذا بالطبع أفضل بكثير). إلا أنه تظل المشكلة قائمة في أن الكثير من الناس إما أنهم لم يتعلموا هذه القاعدة، وإما أنهم لا يطبقونها دائماً. ويمكن للتكنولوجيا أن تساعد في حل هذه المشكلة بسهولة. ولا يوجد شك في أن التكنولوجيا سوف تقدم المزيد من الدهاء التقني كل يوم.

والتحقق من الكياسة هو برنامج إلكتروني يبلغ المستخدم بكل دقة إذا كانت الرسالة المزمع إرسالها تتضمن عبارات غاضبة، ويحذر المستخدم من أن الرسالة تفتقد الكياسة وتظهر له رسالة بهذا المضمون وتسأله صراحة: هل تريد فعلاً إرسال هذه الرسالة؟ وهذه البرمجيات موجودة بالفعل للكشف عن اللغة البذيئة. إلا أن ما نقترحه هو أكثر دهاءً وفاعلية؛ إذ إنه من السهل إرسال رسالة إلكترونية فظيعة حقاً من دون أن تحتوي على أي كلمة، ولاسيما أن الأشخاص بمقدورهم اختيار تفضيلات ضبط

البرنامج. ويتضمن البرنامج تنبيهاً إلى أن الرسالة لن ترسل إلا إذا طلب إعادة إرسالها بعد أربع وعشرين ساعة. وقد يتضمن البرنامج مثلاً أسئلة لإطالة أمد إرسال الرسالة؛ فيطلب رقم الضمان الاجتماعي، أو تاريخ الميلاد، أو طرح ألغاز، أو أي سؤال آخر. إن النظام الانعاكسي داخل الإنسان ألطف وأذكى من النظام التلقائي".[28]

5. الوكزات المبنية على الإدراك الواعي Mindful Nudges

تساعد هذه الوكزات الأشخاص على اتخاذ قرارات أكثر عقلانية حول التكلفة والعائد لكل سلوك من سلوكياتهم. وقد تكون هذه الوكزات مستندة إلى الحالة الشعورية التي يكون عليها الناس في حالة الهدوء والتأني والتمعن عند اتخاذ القرارات.[29]

من المعلوم أن شركات التأمين لا تحبذ دفع فواتير علاج كبيرة. وعلى ذلك، تم تطبيق فكرة خلاقة ابتكرتها هذه الشركات لتساعد على تحسين صحة عملائها، وفي الوقت نفسه تقلل من قيمة الفواتير. وهذه الخطة مطبقة حالياً في أربع ولايات أمريكية وهي (إلينوي، وويسكونسن، وميشيغان، وكولورادو). وتتمثل في برنامج حيوية الصحة، وصمم هذا البرنامج ليعطي المشاركين حوافز حال اتخاذهم قرارات صحية سليمة، ويحصل المشارك على ما يسمى بالدولارات الحيوية.

ومن أمثلة القرارات السليمة مزاولة الرياضة أسبوعياً في أحد الأندية، ومقابل ذلك يحصل ابنه على فرصة الانضمام إلى أحد أندية كرة القدم. وإذا كانت نتائج ضغط الدم المرتفع أصبحت في معدلاتها الطبيعية، يحصل على الدولارات الحيوية في شكل تذاكر طيران أو غرف فندقية أو اشتركات في مجلاته المفضلة، وقد يحصل على سلع إلكترونية. إن فكرة هذه الخطة تعد جهداً حميداً؛ إذ جمعت بين التأمين الصحي، إضافة إلى وكز الناس ليعيشوا حياة ملؤها الصحة والحيوية والترفيه. ويطلق عليها خطة المصير الصحي Destiny Health Plan.[30]

وقد تأخذ هذه الوكزات شكل التوضيح والإفصاح عن التكاليف والمنافع التي قد لا يلاحظها الناس؛ إذ يعتمد الناس على أجهزة التكييف في الطقس الحار، وهذه الأجهزة

تحتاج إلى تغيير مرشحات الهواء فيها بصورة منتظمة، وإذا لم يحدث ينجم عنها مشكلات، مثل توقف النظام عن العمل، وينسى الناس تغيير المرشحات، وهو ما ينعكس على مبلغ فواتير الإصلاح. وحل هذه المشكلة بسيط، حيث يتمثل في تذكير الناس بتغييرها عن طريق إضاءة ضوء أحمر عند الحاجة إلى ذلك، وهذا يتشابه مع الضوء الذي يظهر في السيارة عندما يجب تغيير الزيت. وعليه يمكن فعل الشيء نفسه مع أجهزة تكييف الهواء.

من العناصر الأخرى التي يلجأ إليها الاقتصاد السلوكي لتعديل السلوكيات الخاطئة "الإفصاح"، ويقصد به إتاحة المعلومات بشكل بسيط لغوياً وفنياً، فإذا كانت المعلومات بسيطة بما فيه الكفاية ولُغتها واضحة، مثل الكشف عن التكلفة الكاملة لبطاقات الائتمان بلغة يفهمها الرجل العادي وبأدوات فنية غير معقدة، فإن ذلك وبلا شك يصب في مصلحة المستهلك ويجعله على بيّنة من أمره.

ومن أمثلة هذا النوع من الوكزات السلوكية أيضاً، "التحذيرات" مثل الكتابة ووضع الصور على علب السجائر. وهناك الالتزام المسبق أيضاً؛ أي الالتزام ببعض التصرفات المستقبلية؛ مثل الاشتراك في برنامج الإقلاع عن التدخين. وهناك التذكير مثل، إرسال رسائل بالبريد الإلكتروني أو رسائل نصية تذكر الشخص بفواتيره المتأخرة. وهناك المساعدة على تنفيذ النوايا، وتتمثل في طرح أسئلة حول السلوك المستقبلي (هل تخطط لتطعيم طفلك؟) أو جذب انتباه هوية الناس (أنت ناخب، كما يظهر من ممارستك). كما أن إخبار الناس بالاختيارات السابقة (إذا كان الناس يفتقرون إلى المعلومات) مثل، إخبارهم بطبيعة ونتائج سلوكياتهم الماضية، كاستهلاك الطاقة في فواتير الكهرباء السابقة.

وقد يقصد بهذه الوكزات أنها "وكزات عدم التحيز" التي تهدف إلى استبدال السلوك التلقائي غير الواعي بسلوك آخر مقصود أكثر وعياً، وفي هذه الحالة سوف يكون الناس على دراية كاملة بالوكزة، حتى يمكن أن يتأثروا بها. وعلى سبيل المثال، تحظر القوانين في العديد من الدول ركوب الناس الدراجات النارية من دون خوذات الرأس. أما بالنسبة إلى المدافعين عن الحريات، فإن هذا الحظر غير مقبول من جانبهم ويطرحون

سؤالاً: ماذا لو أن راكبي الدراجات يقبلون بالمخاطرة ويريدون تحمّل تبعاتها، فكيف يتم منعهم من ذلك؟.[31]

وحتى هذه اللحظة ما زال النقاش الحاد دائراً في الأجهزة الرقابية فيما بين المتشددين الذين يؤكدون الأخطار وحظر القيادة بغير الخوذة، وأولئك مشجعو فكرة "دعْه يعمل"، ويصرون على أن الحكومة لا بد أن تترك الناس يفعلون ما يريدون. "اقترح الكاتب الصحفي جون تيرني فكرة، وكزة يمكن أن تتبناها الدولة، تجمع بين الترويج للسلامة وفي الوقت نفسه الحفاظ على الحرية. والفكرة الرئيسية فيها تتمثل في أن راكب الدراجة النارية الذي لا يرغب في ارتداء الخوذة يجب عليه أن يستخرج رخصة خاصة، وحتى يكون الشخص مؤهلاً للحصول على هذه الرخصة لا بد أن يحصل على دورة قيادة إضافية وتقديم تأمين صحي إضافي. الفكر الذي تبناه تيرني يفرض مزيداً من التكاليف على أولئك الذين يريدون أن يستشعروا انسياب الرياح بين خصلات شعرهم. فالحصول على دورة قيادة إضافية وتقديم تأمين صحي إضافي ليسا بالأمر البسيط، إنما هي متطلبات للحصول على الحرية المنشودة أفضل من الحظر الكامل، بل ويمكن أن تسهم في الحد من فعل الأشياء الخاطئة".[32]

6. الوكزات غير الواعية Mindless Nudges

هذا النوع من الوكزات يمكن أن يؤثر في السلوك عن طريق توظيف التحيزات السلوكية الراسخة بما يخدم مصلحة الفرد. وتعتمد هذه الوكزات على استعمال المشاعر أو التأطير أو الإرساء للتأثير في القرارات التي يتخذها الناس. وهذه التحيزات قد ينظر إليها على أنها إعادة التحيز Rebiasing؛ إذ يأمل الناس أن يستبدلوا أو حتى يتمكنوا من التخلي عن السلوك السلبي عن طريق اللجوء إلى سلوك تلقائي إيجابي بدلاً من السلوك التلقائي السلبي. ولا تحتاج مثل هذه الوكزات إلى الوعي حتى تكون فاعلة. وفي الواقع يمكن أن تكون أكثر فاعلية عندما لا يكون الناس على دراية بها؛ إذ يمكن إيقاف السلوك التلقائي غير المستحسن أو تغييره من خلال عمليات عقلية واعية.[33]

وهناك أيضاً وكزة "الاسترداد الآلي للضريبة". "لا شك أن الأفراد ومصلحة الضرائب وغيرها من مؤسسات الجباية سيحققون فائدة أكبر في حال جعل النظام يعمل بصورة آلية. وهذا ما اقترحه الخبير الاقتصادي أوستان جولسبي، المتمثل في خطوة بسيطة هي الاسترداد الآلي للضريبة. وفي ظل هذا الاقتراح فإن أي شخص غير خاضع للوعاء الضريبي أو ليس له دخل ثابت (مثل من يعتمدون على الإكراميات) يسترد الضرائب التي تم خصمها منه سلفاً بصورة تلقائية. وكل ما يحتاج إليه دافع الضرائب في هذه الحالة هو مجرد التوقيع على استمارة وإرسالها، أو من خلال الدخول على موقع مصلحة الضرائب الإلكتروني وتسجيلها. وبطبيعة الحال إذا تغير وضعه القانوني أو تغير دخله فلا بد من إبلاغ مصلحة الضرائب بهذا التغيير. ويقدر جولسبي أنه بهذا الاقتراح ينقذ حوالي 225 مليون ساعة تستغرقها المصلحة في إعداد المستندات الضريبية، ويوفر أكثر من ملياري دولار سنوياً. فالكثير من الناس لا يثقون بمصلحة الضرائب، وهناك طريق واحد لتعزيز هذه الثقة يتمثل في حال وقوع خطأ من جانب المصلحة فيجب عليها إعادة المبلغ المحصل لصاحبه مضافاً إليه مكافأة على سبيل التعويض".[34]

والسؤال الذي نطرحه هنا: ما هي الوكزات المشابهة التي يعتقد القارئ أنها تصلح للبيئة التي يعد مهندس الاختيار لها، سواء كانت مؤسسته أو وزارته أو بيته؟ وربما يرغب في إجراء مقارنة بين آثار وكزتين. أو مقارنة الوكزة التي اقترحها بأحد التدخلات التقليدية مثل المكافآت، التي أثبتت أيضاً -على مدار الزمن- فاعليتها في الالتزام بالسلوك المرغوب فيه.

المبحث الثاني: الحرية الأبوية وبيئة الاختيار

أولاً: ماهية الحرية الأبوية Libertarian Paternalism

صاغ مصطلح الحرية الأبوية كلٌّ من ريتشارد ثالر وكاس سانشتاين في كتابهما "الوكزة"، وهو الفلسفة التي تقِف خلف تطبيق الاقتصاد السلوكي في الحياة اليومية. فإذا كان الأمر هو دفع الناس وحثهم نحو اختيارات معينة أو مساعدتهم على الاختيار، فهل

يعني هذا سلبهم الحق في حرية الاختيار، والتعامل معهم بمنطق الأب الذي يفرض عليهم ما هو أفضل لهم! ويجيب العالمان عن هذا السؤال بقولهما: نحن بالفعل نضمن للناس حريتهم الكاملة، لكن نوظف الفكر الأبوي في عملية الاختيار.[35]

ويقول المؤلفان إنهما يدركان تماماً أن هذا المصطلح لن يصادف قبول الناس، وكلتا الكلمتين قد تثير اعتراض البعض، والأرجح بسبب الصورة النمطية للثقافة الشعبية والسياسية التي تجعل منهما غير جاذبين لكثيرين. والأسوأ من ذلك، أنه يبدو للوهلة الأولى أن المفهومين متناقضان. وقد يتساءل البعض عن علة الجمع بين مفهومين متناقضين وغير مقبولين، وأكدا أنه إذا تم فهمهما بشكل بصحيح؛ فاختيارهما معاً يعكس قدراً من الوجاهة، ويكونان جاذبين أكثر من استخدام كل مفهوم على حدة، والمشكلة التي تثور مع الاصطلاحين بسبب من قاموا باستخدامهما على نحو خاطئ.[36]

إن الجانب التحرُّري في هذه الاستراتيجية يتمثل في الإصرار بوضوح على لزوم أن يكون الناس أحراراً في فعل ما يحلو لهم، والانسحاب فوراً مما لا يرغبون فيه إذا كانت تلك هي رغبتهم. ونستعير عبارة عالم الاقتصاد الراحل ميلتون فريدمان: "النظام التحرُّري يجب أن يحث الناس على أن يكونوا أحراراً في اختياراتهم، ومن ثم يكون دورنا هو تصميم السياسات التي تحافظ وتزيد من حرية الاختيار".[37]

وعند استخدامنا مصطلح "الحرية" لتعديل كلمة "الأبوية"؛ فنعني حماية الحرية والحفاظ عليها، وعندما نقول: "الحفاظ على الحرية" فإننا نعني ذلك حقاً؛ فالحرية الأبوية هدفها أن تحافظ للناس على اتباع طرقهم الخاصة في تحقيق مآربهم، ولا تسعى إلى وضع عبء على أحد في ممارسة حريته المنشودة. بينما الجانب الأبوي في الاستراتيجية يتمثل في وجود إطار قانوني وشرعي لمصممي بيئة الاختيار للتأثير في سلوك الناس، لجعل حياتهم أطول، وأكثر صحة، وأفضل في كل الجوانب. والقول بصورة أخرى: هو بذل المزيد من الجهود الذاتية الواعية من جانب الحكومة ومؤسسات القطاع الخاص لتوجيه خيارات الناس في الاتجاهات التي من شأنها أن تحسِّن حياتهم.

ونعني بالسياسة الأبوية، أنه في حال المحاولة للتأثير في خيارات أحد الناس بطريقة تجعل حياته أفضل؛ فإن هذه الأفضلية لا بد أن يشهد هو بها؛ فيرى أن هذا الاختيار أفضل من وجهة نظره. وتوصلت النتائج المؤكدة من أبحاث العلوم الاجتماعية إلى أن الأفراد كثيراً ما يتخذون قرارات سيئة، وهذه القرارات ما كانت لتُتخذ بهذا الشكل لو أنهم بذلوا العناية والاهتمام، وحصلوا على المعلومات الكاملة حول الأمر، ويتمتعون بالإمكانات المعرفية غير المحدودة، والسيطرة الكاملة على النفس.[38]

إن فكرة الحرية الأبوية تُعَدُّ فكرة ضعيفة نسبياً ولينة إلى حد ما، ولا تتدخل في اختيارات الناس بفرض أي نوع من أنواع الوصاية عليهم؛ فالخيارات الأخرى غير محظورة أو ممنوعة أو محملة بأعباء لا يمكن تحمُّلها. فإذا كانوا يريدون تدخين السجائر، أو تناول الحلوى كثيراً، أو اختيار خطة الرعاية الصحية غير المناسبة، أو فشلوا في الادخار من أجل التقاعد؛ فإن أجهزة الدولة التي تتبنى الحرية الأبوية لا تجبرهم على فعل ما هو عكس ذلك، أو حتى تفرض قيوداً أو تضع عراقيل أمام اختيارهم. وهذا النهج لا يُعَدُّ نهجاً رقابياً؛ لأن مهندسي الاختيار ومصمِّمي السياسات –على صعيد القطاع الخاص أو الحكومة– لا يحاولون تتبع خيارات الناس، أو التدخل في اختياراتهم. إنما الأمر يتمثل في نوع من أنواع الوعي الذاتي لهذه الجهات يتم توظيفه في شكل محاولة لجعل حياة الناس أفضل، ومن ثم ما يقومون به هو مجرد "وكز" أو "دفع" أو "حث".[39]

إن العديد من السياسات التي يوصي بها الاقتصاد السلوكي قد سبق تنفيذها بواسطة القطاع الخاص، ويُعَدُّ أرباب العمل من أهم مهندسي الاختيار، ولدينا اعتقاد راسخ بأنه يجب عليهم أن يُعطُوا موظفيهم بعض الوكزات المفيدة. والشركات الخاصة في سعيها إلى تحقيق الأرباح وكسب المال وفعل الأعمال الخيرية يمكنها أن تستفيد من الوكز في جوانب حماية البيئة؛ ما يساعد في الحد من تلوث الهواء (انبعاث الغازات المسببة للاحتباس الحراري)، ويمكن الاستفادة من بعض جوانب الحرية الأبوية التي تقوم بها المؤسسات الخاصة في تطبيقات السياسات الحكومية.[40]

ثانياً: الحرية الأبوية تتوقع الأخطاء

بمنطق الأبوية نفسه والتدخل في حرية الاختيار، فإنه يجب على مصمِّم الاختيـار أن يتوقع أخطاء البشـر، ولا بد أن يكون تصميم بيئة الاختيار متسامحاً إلى حد كبير مـع هـذه الأخطاء، ومثال ذلك في مجال صـناعة السـيارات -وعـلى مـدار الـزمن- قـام مصـممو السـيارات بجعل تصميماتهم تتفق مع السـلوك الإنسـاني في التعامـل مـع السـيارة، مثـل إطلاق صافرة عند عدم ربط حزام الأمان، أو ظهور ضوء عند انخفاض كمية الوقـود، أو عند انتهاء صلاحية زيت المحرك، ومنها ما يطلق صافرة عند ترك المصابيح مضاءة حتى لا تنفد البطارية خلال الليل.

ومن المفارقات، أن بعض التطورات البسـيطة لم يلاحظها المصمِّمون إلا قريباً، مثل غطـاء خـزان الوقـود، إذ اسـتمر لوقـت طويـل -ومـا زال حتـى الآن في بعـض أنـواع السـيارات- غير مربوط بجسم السـيارة، ويترتب على ذلك نسـيان عامـل محطـة الوقـود إغلاق الخزان بالغطاء عقب ملئه بالوقود. وعلى الرغم من أن قطعة البلاستيك تلك قليلة القيمة النقدية، لكنها كلَّفت الناس مالاً كثيراً، وأصبح الآن الكثير من المُصَـنِّعين يربطـون الغطاء البلاستيكي بالغطاء المعدني للخزان حتى لا يُنسـى.[41]

إن نسـيان غطاء خزان الوقود هو نوع خاص من الأخطاء المتوقعة من بني البشــر؛ إذ يعرّفه علماء النفس باسم خطأ ما بعد الانتهاء post completion، والفكرة في هذا الخطأ أنه عقب إنهاء المهمة الرئيسـية قد يعمد الناس إلى نسـيان الأمور المرتبطة بـالخطوة الأولى. ومثال آخر لهذا الخطأ المتوقع والمتكرر، عند قيام الناس بالسحب من ماكينـات الصــراف الآلي، ينسون استلام بطاقة الائتمان عقب سحب الأموال، أو نسيان أصول المستندات بعد تصويرها ضوئياً. فأغلب ماكينات السحب الآلي -وليس كلها- لا تسمح للعميل بسحب الأمـوال قبـل اسـتلام بطاقتـه، وهـذه الاسـتراتيجية اقترحهـا نورمـان Norman، وهـي استخدام ما يُطلَق عليه وظيفة الإجبار forcing function، وذلك في سـبيل إتمـام الأمـر على نحو صحيح لإجبار الناس على عدم نسـيان بطاقات السحب النقدي.[42]

وإحدى المشكلات التي تظهر في عالم الرعاية الصحية والأدوية في المستشفيات المكتظة بالمرضى والأطباء -إذ تحتاج الرعاية الطبية للمرضى إلى مئات القرارات يومياً- لذا قام بعض الأطباء وإدارات المستشفيات بإجراء تجارب حول استخدام قوائم تدقيق checklists لأنواع علاجات معينة يترتب على الخطأ البشري فيها مشكلات صحية كبرى. وتتضمن القوائم تعليمات مبسطة لكيفية التعامل مع هذه العلاجات، وعلى الرغم من أن الأطباء درسوها في كليات الطب لكنهم قد ينسون اتباعها بسبب ضيق الوقت المتاح أو الضغط أو التشتت، ولاسيما أن متوسط عدد القرارات التي يتخذها طبيب وحدة العناية المركزة 11 قراراً حاسماً لكل مريض في اليوم الواحد أو 1500 قرار رعاية حرجة على مدى أسبوعين. وعلى سبيل المثال، تم تصميم قائمة ضبط بمعرفة المتخصصين في الرعاية الحرجة بمستشفى جونز هوبكيز لحل مشكلات العدوى المحتملة، وتضمنت خمس خطوات بسيطة، بدءاً من غسل اليدين بالصابون، وحتى وضع الضمادات المعقمة.[43]

والفكرة في قائمة الضبط أنها تساعد الذاكرة على استدعاء ما يُعَدُّ ضرورياً في المستشفيات؛ حيث إن مشاهدة الطبيب مريضاً ينزف ويصرخ من الألم يجعله بالطبع ينسى غسل يديه. والقائمة تساعد على تجزئة العملية العقلية الداخلية للإنسان التي تعتبر معقدة إلى حد كبير إلى سلسلة من الخطوات تسمح للعاملين بتنفيذ ما يطلق عليه الأداء ذو المعايير المرتفعة high standard performance. وعلى مدار عشرة أيام من تطبيق القائمة في المستشفى انخفضت العدوى من 11٪ إلى 0٪. وبعد خمسة عشر شهراً فقط أصيب اثنان من المرضى بالعدوى، وتحققت الحماية من 43 نوعاً من أنواع العدوى، وأنقذت ثمانية أشخاص من الموت ووفرت مليونَي دولار.[44]

ثالثاً: استيعاب الحرية الأبوية للمخطط العام للبيئة والأفراد

استيعاب مهندس الاختيار للسياق العام للبيئة والأفراد التي يعمل في إطارها يعد ذلك بمنزلة خريطة طريق لقيادة الأفراد من منطقة الاختيار إلى منطقة الرفاهية الاجتماعية. فبعض المهام التي نتعرض لها في الحياة ويكون علينا فيها الاختيار سهلة ومعتادة ومتكررة،

مثل اختيار النكهة المفضلة لـ "الآيس كريم"، وبعض الاختيارات الأخرى صعبة ومعقدة، مثل اختيار العلاج الطبي المناسب.

إن اختيار النكهة المفضلة من المثلجات المعروضة عملية سهلة إذا كان الاختيار على أساس النكهة. وتبدأ الصعوبة إذا كان الاختيار على أساس كمية السعرات الحرارية أو أي أساس غذائي آخر، إن كانت عملية اختيار الآيس كريم بناءً على الطعم الأفضل لنا، وكانت الأطعمة من الأنواع المتعارف عليها مثل، الفانيليا أو الشكولاته أو الفراولة، فإن غالبية الناس سيكون لديهم القدرة على توقع العلاقة بين اختيارهم وخبراتهم الاستهلاكية السابقة بدقة بالغة. ويمكن أن نطلق على هذه الرابطة خريطة العلاقة ما بين الاختيار والرفاهية، حتى وإن كانت هناك بعض النكهات غير المعروفة بالنسبة إلينا؛ فإن بائع الآيس كريم بمقدوره أن يعدِّل الخريطة بتقديمه عينة مجانية نتذوقها ونحكم على هذا الطعم غير المألوف، أو يساعدنا في احتساب كمية السعرات الحرارية لاختيارنا.

ماذا لو كان الأمر في شأن اختيار نوع العلاج على النحو الآتي: شخصٌ ما تم تشخيص مرضه بأنه "سرطان"، وكان يجب عليه المفاضلة بين الجراحة أو العلاج الإشعاعي أو عدم تناول أي علاج، وكل اختيار من هذه الاختيارات يأتي ومعه مجموعة معقدة للغاية من النتائج تبعاً للآثار الجانبية لكل اختيار من العلاجين، سواء نوعية الحياة أو طولها وهكذا، والمقارنة بين نوعي العلاج تدخل فيها المفاضلة بين الحياة الأطول وزيادة المخاطر المتمثلة في الآثار الجانبية غير المرغوب فيها.[45]

إن المقارنة بين اختيار أنواع الآيس كريم ونوع العلاج المناسب لمرض السرطان توضح مبدأ "خريطة الاختيار"، فعندما تكون هندسة الاختيار جيدة، فإنها سوف تساعد الناس على تحسين قدراتهم لاستكشاف ومعرفة أي الاختيارات يحقِّق لهم النتائج الأفضل. وهناك طريقة واحدة لجعل اختيارات الناس أفضل، وهي جعل المعلومات حول الخيارات المختلفة أكثر سهولة في الفهم، عن طريق تحويل المعلومات الرقمية إلى وحدات يمكن قراءتها واستعمالها في الحياة الواقعية. فعندما تشتري تفاحاً لتصنع كوباً من عصير

التفاح، قد تساعدك معرفة معلومـة بشـأن ذلـك؛ وهـي أنـك تحتـاج إلى ثـلاث تفاحـات لصناعة كوب واحد من عصـير التفاح.

عادة ما يواجه الناس مشكلة مع فهم خريطة العلاقة بين المنتجات والنقود. بـالطبع لا توجد مشكلة مع الاختيارات البسـيطة الفكرة والبسـيطة القيمـة إذا كـان سـعر قطعـة الشـكولاتة دولاراً واحداً؛ فمن السهولة بمكان حساب تكلفة تنـاول الشــكولاتة يوميـاً على مدار شهر.

لكن السؤال: هل يعلم المستهلكون تكاليف استخدام بطاقات الائـتمان؟ إذ إن مـن ضمن المصاريف المفروضة عليها:

1. مصاريف سنوية للمزايا الاستثنائية لاستعمال البطاقة (شائع لأنواع بطاقات الائـتمان التي تقدم أميال سفر مجانية للمسافر الدائم).
2. معدل فائدة على اقتراض النقود (وهي تتوقف على مدى جدارتك الائتمانية).
3. رسوم على التأخر في السداد (وقد ينتهي بك الأمر للتأخر أكثر في السداد عن المتوقع).
4. رسوم على الشـراء بعملة مغايرة للعملة التي أصدرت على أساسها البطاقة.
5. عمولات للبائعين... وغيرها من مصاريف أخرى لم نذكرها.

وليست البطاقات الائتمانية وحدها ذات نظام تسعيري معقد ولا تتميز بالشفافية أو حتى أن تكون مفهومة للمستهلكين. فهناك نظام تسعير الديون المصـرفية وديـون الـرهن العقاري، وبرامج المكالمات التي تقدمها شـركات خدمات المحمول، ووثائق التأمين ذات التجديد التلقائي، كل هذا بعض من كثير. ولمثل هذه المواضيع المعقدة قدم ريتشـارد ثـالر وكاس سنشتاين نموذجاً بسـيطاً للتنظيم الحكومي، وهو ما أطلقا عليه: RECAP: سجِّل Record، قـيِّم Evaluate، قـارن الأســعار المختلفــة Compare Alternative Prices ويتطلب ذلك توضـيح الأسـعار والتكـاليف بطريقـة يمكـن فهمهـا بسـهولة ومقارنتهـا بالاختيارات الأخرى المشابهة. وتعد هذه الاستراتيجيةقوام بناء هندسة الاختيار.[46]

رابعاً: الحرية الأبوية وهيكلة الخيارات المعقدة

يتبنَّى الناس استراتيجيات مختلفة حال قيامهم بالاختيار، تتوقف على حجم ومدى تعقيد الخيارات المتاحة. وعندما نواجه عدداً صغيراً من البدائل التي نفهمها ونستوعبها جيداً؛ نميل إلى دراسة كل الصفات المميزة لكل البدائل المطروحة، ثم نفاضل فيما بينها عندما يكون ذلك ضرورياً. لكن عندما تكون مجموعة الاختيار أكبر؛ فإن توظيف استراتيجيات البدائل التي لا بد من توظيفها يتسبب في مشكلات جمّة.

ونأخذ مثالاً على ذلك شخصاً ما وجد وظيفة في شركة تقع في مدينة غير التي يعيش فيها، هنا هو يقارن بين خيارين: أي مكتب يختاره لمباشرة عمله، وأي شقة يختار ليستأجرها ويعيش فيها. لنفترض أن هذا الشخص تم تخييره بين ثلاثة مكاتب متاحة ليعمل في أي منها، والاستراتيجية المنطقية في هذه الحالة هي فحص المكاتب الثلاثة لملاحظة مدى اختلافها، ثم يصنع قراراته بناءً على أهمية كل صفة من الصفات بالنسبة إليه، سواء كانت المساحة أو الزملاء أو غيرهما من الصفات. ويطلق على ما سبق في أدبيات الاختيار "استراتيجي تعويض"، طالما أن القيمة المرتفعة لصفة من الصفات (مساحة المكتب) تعوض القيمة المنخفضة للصفة الأخرى (زملاء مزعجون).

ومما لا شك فيه أنه لا يمكن تطبيق الاستراتيجية نفسها لاختيار شقة للسكن؛ ففي أي مدينة من المدن الكبرى هناك الآلاف من الشقق المتاحة، وليس في مقدور شخص واحد مشاهدتها كلها. وفي المقابل لا بد من تبسيط المهمة. فاستراتيجية واحدة يمكن استخدامها في ذلك، وهي ما يطلق عليه آموس تفيرسكي "الاستبعاد بالخصائص"، حيث يبدأ الشخص باستعمال هذه الاستراتيجية بأن يقرر أولاً أي الخصائص هي الأكثر أهمية (ولتكن: مسافة الانتقالات)، ويحدد مستويات التنقل (ولتكن مثلاً: الانتقال لا يزيد عن ثلاثين دقيقة)، ثم يقوم بحذف البدائل كافة التي لا تتفق مع هذا المعيار، وتظل هذه العملية مستمرة مع كل خصيصة من الخصائص حتى تتم عملية الاختيار، أو على الأقل تضييق الاختيارات بشكل كافٍ ليتجاوز هذه المرحلة إلى مرحلة التقييم التعويضي للنماذج النهائية.

عندما يستخدم الناس مثل هذه الاستراتيجية البسيطة؛ فإن البدائل التي يتحقق لها الحد الأدنى من المعايير يتم استبعادها -ولو كانت معاييرها أعلى في جوانب أخرى- على سبيل المثال، أن تكون الشقة أبعد بمسافة تُقدَّر بحوالي 35 دقيقة، فلن يتم الاعتداد بها ولو كانت تطل على البحر، وكان إيجارها الشهري يقل 200 دولار مقارنةً بالبدائل المختلفة.

وقد اكتشفت العلوم الاجتماعية أن مثل هذه الاختيارات تصبح أكثر عدداً، وأكثر تنوعاً في الكثير من الأبعاد، وفي هذه الحالة يميل الناس إلى تبنِّي استراتيجيات أكثر تبسيطاً ترتبط بالآثار المترتبة على بنية الاختيار. وعندما تصبح البدائل أكثر عدداً وتعقيداً يأتي دور هندسة الاختيار لتقدم الكثير من الفكر والعمل لتؤثر في الاختيار (سواء إلى الأفضل أو إلى الأسوأ). وبالنسبة إلى محل بيع "الآيس كريم" ذي الثلاث نكهات، فعندما يقدم هذه النكهات في قائمة منتجاته بأي ترتيب، فإن ذلك يُعَدُّ أمراً جيداً، وتأثير ذلك في الاختيارات سيكون في أدنى درجاته؛ لأن الناس يعرفون جيداً ما يفضلون. وعندما تكون الخيارات أكثر عدداً وتعقيداً؛ فإن هندسة الاختيار الجيدة سوف تقدم هيكلاً محدداً، وبالتالي يؤثر هذا الهيكل في العوائد".[47]

خامساً: الحرية الأبوية والحوافز

إن أول ما يهتم به رجل الاقتصاد هو الأسعار والحوافز Incentives؛ لذا، فإن الاقتصاد السلوكي يلقي جل اهتماماته على ما تتجاهله نظرية الاقتصاد التقليدي، ولا يعني هذا أن قُوَى الاقتصاد التقليدي ليست مهمة، إنما ما يقدمه الاقتصاد السلوكي لا يقل أهمية عن دراسة قوى العرض والطلب؛ فإذا ارتفعت أسعار منتَج ما، فإن المنتجين سوف ينتجون المزيد منه، والمستهلكون يطلبون أقل منه؛ لذا يجب على مهندسي الاختيار أن يفكروا في الحوافز عند تصميم النظام. ومهندسو الاختيار الذين لديهم الحس والفهم لذلك سوف يضعون الحوافز المناسبة للشخص المناسب. والطريق الوحيد للتفكير في الحوافز هو طرح أربعة أسئلة حول هندسة الاختيار المطروحة:

1. من يستعمل هذه البيئة؟
2. من يختار من خلالها؟
3. من يدفع؟
4. من يستفيد؟

تقدم الأسواق الحرة مفتاحاً لحل مشكلة صناعة القرار؛ فتعطي الناس الحوافز لصنع أفضل المنتجات وبيعها بالسعر المناسب؛ فإذا كان سوق الشكولاتة يعمل على وجه جيد، فإن كثرة المنافسة يترتب عليها طرد الشكولاتة السيئة (نعني أولئك الذين لايقدمون قيمة مضافة للسوق)، ويبقى النوع الجيد في السوق، وهذا بناءً على قرار المستهلك. هنا منتجو الشكولاتة ومستهلكوها لديهم الحوافز المتناسبة والصحيحة.

لكن في بعض الأحيان يظهر التضارب في الحوافز، ونأخذ حالة بسيطة مثالاً لذلك: صديقان اعتادَا أن يذهبا أسبوعياً لتناول العشاء على أن يدفع كلٌّ منهما ثمن ما يطلبه لنفسه، لا مشكلة في هذا الفرض: المطعم يبيع وهما يدفعان ثمن ما يأكلانه. الآن، نفترض أنهما قررَا أن يدفعا لبعضهما ثمن العشاء بالتبادل، كل منهما يدعو الآخر أسبوعاً، كلاهما في هذه الحالة لديه الحافز ليطلب عشاءً أغلى في الأسبوع الذي يدفع فيه الآخر، وهكذا دواليك. (الطريف أنه في حالة الصداقة تحديداً، فإن الآخر سوف يطلب طبقاً سعره أقل؛ لأنه يعلم أن صديقه سوف يدفع، أمر عاطفي لكنه حقيقي!). نعم! إنه يمكن التلاعب بالبروز، ومهندس الاختيار المتمكن يمكن أن يأخذ خطوات لتوجيه انتباه الناس إلى الحوافز البارزة. على سبيل المثال: هاتف كلية الأعمال INSEAD في فرنسا مبرمَج على أن يعرض تكلفة المكالمة على مدار إجرائها، ولحماية البيئة وللتقليل من استهلاك الطاقة يمكن توظيف مثل هذه الاستراتيجيات لجعل تكاليف الطاقة أكثر "بروزاً"، ويمكن أن تعرض عدادات استهلاك الطاقة لمثل هذه التكاليف.

إن أهم ما يجب تطويره للتحليل الأساسي للحوافز هو البروز salience، والسؤال: هل القائم بالاختيار يدرك تمام الإدراك الحوافز التي أمامه؟ في الأسواق الحرة

الإجابة المعتادة هي: نعم! لكن في بعض الحالات المهمة الإجابة لا! تتعرض الكثير من الأسواق (وبيئات الاختيار المختلفة) لمشكلة الحوافز المتعارضة أو تعارض المصالح، وتظهر بوضوح في أنظمة الرعاية الصحية، وعلى وجه التحديد في الولايات المتحدة الأمريكية؛ حيث يحصل المريض على خدمات الرعاية الصحية من خلال طبيبه المختص وتسدد شركات التأمين ثمن الخدمة، وتتنوع التكلفة فيما بين الوسطاء المختلفين، منها مصنعو الأجهزة الطبية إلى شركات الأدوية إلى القانونيين، وكل وسيط من هؤلاء الوسطاء تختلف حوافزه عن الآخر؛ الأمر الذي قد لا يصب في مصلحة المرضى أو الأطباء. بكل تأكيد إن هذا الأمر واضح بجلاء في ذهن كل من يفكر في مثل هذه المشكلات، لكننا نتذكر سوياً أن الوحدات الموجودة في الاقتصاد هي بشر، حتى متواضعو المعرفة يعرفون تماماً أنه عندما ترتفع الأسعار يقل الطلب، لكن هذا مشروط ببذلهم مزيداً من الانتباه إلى التغير في السعر.[48]

سادساً: الحرية الأبوية والجانب الأخلاقي في تغيير السلوك:

لا شك أنه عندما يستخدَم علم الاقتصاد السوكي للتأثير في القرارات، تظهر أسئلة لا مفر منها بشأن الجوانب الأخلاقية. فالنهج الأبوي الحر (التدخل الناعم) للوكزات في مجال السياسة العامة يؤكد أن هذه التدخلات هي لتحقيق النفع، سواء للأفراد أو المجتمع كله، ومع ذلك، فإن الممارسات أو الفلسفات وراء هذه التدخلات لا تسلم من الانتقادات، وطالما أنها تتم دون وعي الجمهور بها، سواء على مستوى كونها تطبيقاً للسياسة العامة أو العمليات النفسية التي تقودها.[49]

ويؤكد العالمان ثالر وسانشتاين أن الهندسة التي يتم بها وضع الخيارات تسعى في المقام الأول إلى الحفاظ على حرية الأفراد في الاختيار، وأن الخيارات المطروحة محايدة في المقام الأول. وتفيد قواعد السلوك الواضحة والشفافية العاملين في مجال تطبيقات الاقتصاد السلوكي في كلا المجالين: العام أو الخاص لتطبيق وكزاتهم بسهولة. ويشير استطلاع للرأي، أُجري مؤخراً، إلى أن المجتمع العالمي أصبح أكثر دعماً لمنهجية الوكز (جعل السلوك أكثر تكلفة أو صعبة) من منهجية الغرز shoving وتعني التشريعات

الإلزامية. ووجد الاستطلاع نفسه دعماً عاماً للتشريعات ضد الشركات، وعلى سبيل المثال: في مجال تعزيز اختيارات غذائية صحية أو السلوكيات التي تعزِّز البيئة المستدامة.[50]

ويتعيَّن على المنهجيات الدائرة حول استخدام الاقتصاد السلوكي (والعلوم السلوكية بشكل عام) للتأثير في المستهلكين، أن تضع في حسابها توقعات المستهلكين من الشركات تختلف عن توقعاتهم من الحكومات، ولا بد من الأخْذ بمبادئ الإرادة الحرة، والعمليات النفسية للمستهلك في صنع القرار، كذلك السياق الأوسع لأخلاقيات التسويق ومنهجيات التسويق التقليدية. فهل الهدف من الوكزات الموجهة للمستهلكين هو تقويض قدرتهم على الاختيار بحرية؟ أم أن دورها هو توجيه المستهلكين بطريقة معينة فحسب؟ على سبيل المثال: شراء العلامة التجارية (أ) بدلاً من شراء العلامة (ب)، وذلك عن طريق رسم تصرفات معينة يتم توجيهها بالفعل نحو الهدف (على سبيل المثال: شراء مشروب غازي).

وعلاوة على ذلك، هل لدى الناس القدرة على التفكير برويَّة في أفعالهم وتوقعاتهم الشخصية حول ما يعتقدون أنه يحقق مصلحتهم الذاتية التجارية في السوق ويجعلهم يقظين بدرجة كافية للسيطرة على اختياراتهم وتصحيح الخاطئ منها إذا لزم الأمر؟ وأخيراً، هل تطبيق أدوات الاقتصاد السلوكي في التسويق فكرة جديدة كلياً؟ (يشير معظم العاملين في هذا المجال إلى أنه ليس كذلك) أم أنه -ببساطة- يعمل على زيادة أدوات البيع المتاحة للمديرين، بالإضافة إلى أدواتهم القديمة؛ إذ يسمح لهم بفهم السلوك البشري بشكل أفضل، وتنظيم الممارسات التسويقية وإجراء البحوث العلمية للأغراض التطبيقية.

ولحل هذه الإشكاليات فلا بد من الاهتمام بالجوانب النفسية للإفصاح، إذ يُعَدُّ الإفصاح من الموضوعات ذات الأهمية الخاصة فيما يتعلق بممارسات الوكز من حيث توفير المعلومات التي يستند إليها القرار، وهندسة صناعة هذا القرار، أو لتحقيق مصالح الأفراد واختياراتهم. ويشير الإفصاح إلى احتمال شعور من تُوجَّه لهم الوكزات والنصائح بأنهم عُرضَة للتلاعب بهم، الذي يقود بدوره إلى المقاومة النفسية من جانبهم.

وفي دراسة حديثة بعنوان: احترس! أنت على وشك أن تُوكَز Warning: You Are About to be Nudged. باستخدام الفرضيات النظرية المرتكزة عليها الاختيارات الأساسية في مجال رعاية المسنين؛ تَبيَّن أن الإفصاح لم يؤدِّ بشكل ملحوظ إلى تغيير اختيارات الناس. وهناك حاجة ماسة إلى إجراء الأبحاث حول مجموعة من الوكزات والسياقات العامة لصنع القرار ولوضع مجموعة متكاملة من الأدلة التي توضح الآثار المترتبة على الإفصاح عن القرارات.[51]

وقد ناقش جورج لوينشتاين في العديد من الأدبيات الديناميكية النفسية للإفصاح وقدم عدداً من العوامل النفسية التي تحد من فاعلية سياسات الإفصاح التي يتبناها القائمون عليها، مثل المشكلات المتعلقة بالأحكام التي يُصدِرها الأفراد، التي قد تكون متحيزة، وكذلك تفاوتهم في الوعي أو تباين اهتماماتهم. وفي بعض الأحيان يمكن تحفيز الاهتمام؛ مثال: قد يتجاهل الأفراد المعلومات التي تجعلهم يشعرون بعدم الارتياح، أو تلك التي لا تدعم قرارات اتخذوها بالفعل. ويمكن أن تقل فاعلية الإفصاح أيضاً إذا زاد عدم الثقة بين مُقَدِّمي النصائح.

في ضوء هذه المشاكل، كيف يمكن جعل الإفصاح عن المعلومات أكثر فاعلية؟ ونظراً لمحدودية الاهتمام بهذا الأمر؛ يسلط علماء الاقتصاد السلوكي الضوء على فوائد تبسيط المعلومات. إضافةً إلى ذلك يمكن للمعلومات ذات المعيار الواحد والمبنية على المقارنات أن تساعد الناس في تقييم المفاضلات بشكل أفضل.

على سبيل المثال: بدلاً من دفع معدلات فائدة على كل دولار إلى حين سداد القرض لفترات زمنية مختلفة مقارنة بالتكلفة الأقل للدولار باستخدام بطاقات الخصم، يمكن استخدام معلومات المقارنة الاجتماعية، مثل تزويد الأسر بمعلومات حول استخدامهم الطاقة مقارنة بجيرانهم. وأخيراً، يجب جعل المعلومات حية قدر الإمكان، مثل إضافة الصور إلى التحذيرات الصحية، ويمكن إثارة العواطف وجعل الإفصاح أكثر فاعلية.[52]

الفصل السادس

الاقتصاد السلوكي الحديث

مقدمة

يستعرض هذا الفصل المدى الذي وصل إليه علم الاقتصاد السلوكي في أروقة الدول والمنظمات المختلفة، وكيف فرض نفسه بوصفه أداة فاعلة لتحقيق مستهدفات التنمية والتطور المجتمعي، وصولاً إلى الرفاهة الاجتماعية، أو قُل -إن شئت- وصولاً إلى سعادة المجتمع، ومنها إلى سعادة العالم.

ونبدأ من حيث بدأ الاقتصاد السلوكي وجوده في قلب الحكومة البريطانية، وأصبح منهجاً لاتخاذ القرارات فيها. ومنها إلى الولايات المتحدة الأمريكية بعد ميلاده في بريطانيا بخمس سنوات. ونختتم الفصل بموقع هذا العلم في المنظمات الدولية المختلفة، ومدى انتشاره في دول عدة.

المبحث الأول: الاقتصاد السلوكي في المملكة المتحدة

في الأسبوع الأول من شهر يوليو 2008، بينما كان عالم الاقتصاد الأمريكي ريتشارد ثالر منهمكاً في إلقاء محاضرته، انتفض أحد الطلاب قائلاً له: "إذن، أنت أتيت إلى لندن لتحدثنا عن الوكز الهادئ"، وكان العالم ثالر قد أوفدَتْه جامعة شيكاغو لتدريس الاقتصاد لطلبة ماجستير إدارة الأعمال في لندن لمدة أسبوعين. ثالر وهو القادم من الولايات المتحدة الأمريكية يدير في شيكاغو (مركز أبحاث القرار Center for Decision Research)،[1] ومتخصص في الاقتصاد السلوكي، وينصب دور المركز على مجالي الأعمال والسياسة العامة وصنع القرار فيهما، ويبلور أفكار الخلفيات النفسية والعقلية لصناعة القرار الاقتصادي وكيفية جعله قراراً صائباً ورشيداً.[2]

أما الشاب الذي يُدْعَى روان Rowan[3] في منتصف العشرينيات من العمر – في ذلك الوقت – ويعمل لصالح حزب المحافظين كان قد قرأ كتاب "الوكزة Nudge"، الذي صدر في شهر إبريل من العام ذاته للعالمين الأمريكيين ثالر وكاس سانستاين.[4]

وبينما كان ثالر يمشي في شوارع لندن سائحاً في مهمة علمية اتصل به روان، طالباً منه الحديث في البرلمان البريطاني حول أفكاره عن العلاقة بين الاقتصاد السلوكي والسياسة العامة، لكنَّ ثالر رفض لكون ملابسه لا تتناسب مع الحدث، فطمأنه روان قائلاً: "لا تقلق! لا تقلق!"، وكان الشاب مُحِقاً في قوله، وتحدث ثالر أمام البرلمان عن الاقتصاد السلوكي مرتدياً بنطاله الجينز وقميصه القطني.[5]

ولم يقِف الأمر عند هذا الحد، بل جلس ثالر مع روان وضم اللقاء خمسة من كبار رجال حزب المحافظين؛ هم: ستيف هيلتون Steve Hilton رئيس الاستراتيجية بحزب المحافظين، ومدير أفكار ديفيد كاميرون، ومدير الأبحاث جيمس شوجهنسي James O'Shaughnessy، وأوليفر لتوين Oliver Letwin عضو البرلمان ورئيس مراجعة سياسات الحزب. تحدث ثالر فيه باستفاضة عن كتابه "الوكزة"، وكيفية تطبيق ما توصل إليه الاقتصاد السلوكي في تصميم السياسات العامة من خلال تطبيقاته المتنوعة، وكيف يمكن أن يتعاون الحزب مع ريتشارد ثالر.[6]

وفي غضون عام 2009 في لندن التقى السير جوس أودونيل Sir Gus O'Donnell أمين مجلس الوزراء البريطاني ورئيس الخدمات المدنية، بالسيد مات تيي Matt Tee الأمين الدائم لاتصالات الحكومة، وسأله عن النظرية السلوكية Behavioral Theory والآثار المترتبة على تطبيقاتها في صنع وصياغة السياسات العامة الداخلية.

وهناك كلف مجلس الوزراء البريطاني "معهد الحكومة" بإعداد تقرير حول استخدام النظرية من جانب المسؤولين في الحكومة وصانعي السياسات؛ لتتمكن الحكومة من تحقيق الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية لمواطنيها بتطبيقات الاقتصاد السلوكي.[7] وتم إعداد تقريرين: الأول بعنوان: "مساحة للعقل"، والثاني:"ايست- أطر الأعمال ".

وأشرف عليهما علماء عدة من تخصصات مختلفة ضمت الاقتصاد، والسياسة الاجتماعية، وسلوك المؤسسات، والاستراتيجيات، والاقتصاد السلوكي، والعلوم العقلية والنفسية، وعالجَا ما يأتي:[8]

- فَهْماً كاملاً لسلوك المواطنين والخلفيات النفسية والاجتماعية لهذا السلوك.
- ما الذي يُؤَثِّر في سلوك المواطنين؟
- كيفية توظيف الخلفيات النفسية والاجتماعية في السياسة العامة.
- تطبيقات عملية بحتة لتدخلات الحكومة السلوكية في السياسة العامة.
- الإذن الاجتماعي بهذه التدخلات ورَدّ الفعل من جانب الأفراد.
- المنهجية المتبعة في تطبيق التدخلات السلوكية.

لكن المصلحة التي ينشدها حزب المحافظين من ثالر لم تتوقف عند هذا الحد؛ فقد التقى الأخير رئيسَ الوزراء البريطاني آنذاك، ديفيد كاميرون، وسأله عن تصوراته حول تدخل الاقتصاد السلوكي في صنع السياسات، وكان أحد الحضور السيد أودونيل -واضع التقرير الذي سبقت الإشارة إليه- وفي هذا اللقاء عبَّر كاميرون عن انبهاره بأفكار ثالر، وتبنَّاها قائلاً: "أخيراً وجدنا طريقاً وسطاً بين تدخُّل الدولة وبين أن تتركه يعمل.[9] ومن تلك اللقاءات اتخذ حزب المحافظين ورئيسه من (ريتشارد ثالر) مستشاراً بغير أجر، والأخير ما يعنيه حقاً هو الترويج لنظريته وتطبيقها في الواقع العملي، وها هي الفرصة قد سنحت له في بريطانيا.

وعلق ثالر على ذلك اللقاء بقوله: "كان حديثي الانفرادي مع كاميرون حول دروس الأزمة الاقتصادية، وتنظيم الحياة المالية، والعلاقة بين الجريمة والأزمة"، وأن كاميرون قال له: إن "حزب المحافظين هو حزب القانون والنظام، ودورُنا هو تطبيق القانون والنظام على الأسواق المالية، وإن كاميرون يتطابق في ميوله السياسية إلى حد كبير مع باراك أوباما". وفي فبراير 2010 وفي مؤتمر TED تحدث كاميرون عن عصر جديد

للحكومة "The New Age of Government" وتحدث عن أفكار ثالر وذكرها في أكثر من كلمة له، وقال: "إن أحدَ أهم المؤثرات في سلوك الناس هو ما يفعله الآخرون؛ فإنَّنا- مع المحافظة على حقوق المواطنين- سنقوم بتغيير سلوكياتنا لتتلاءم مع ما نراه حولنا، واقترح بأن يُذكَر للأُسر في فواتير استهلاك الطاقة إذا ما كانوا يستخدمون طاقة أكثر أو أقل من جيرانهم؛ إذ إنه باستخدام فكرة ضغط الأقران على بعضهم بعضاً يمكننا تشجيع الأسر على ترشيد الاستهلاك. وهذا بالتأكيد بالاستعانة بأفضل عالِمِين من شيكاغو اللذين ألَّفا كتاباً عن قدرة الاقتصاد السلوكي على تحقيق الانضباط المجتمعي المنشود".[10]

وحدَّد مساعدو كاميرون ثلاثة مجالات يمكن أن يساعدهم فيها ثالر: الأول، هو كيفية التخلص من مشكلة حمل صغار السن للسكاكين. والثاني، تشجيع المواطنين على إعادة التدوير. والثالث، إدمان الشراب والسمنة المفرطة. ومن هنا بدأت تزحف نظرية الوكز الهادئ Nudge إلى الأجندة السياسية لحزب المحافظين البريطاني، وذكر المستشار السياسي جورج أوزبورن مدى تأثير أفكار ثالر في سياسات الحزب، حيث يرى أن الاقتصاد السلوكي قد يكون هو المعادل لفلسفة جوردون براون، رئيس وزراء بريطانيا الأسبق، ويُطلَق عليها نظرية النمو الذاتي النيوكلاسيكية Brown's neo-classical endogenous growth theory بالإشارة إلى السياسة التي اعتنقها براون عند توليه منصبه، واقترح على حزب المحافظين أن يأخذوا الاقتصاد السلوكي على محمل الجد؛ لما يُمكِن تحقيقه من فوائد بسببه؛ إذ إن الحزب تحت رئاسة مارجريت ثاتشر وجون ميجور كان يتبنى وجهة نظر تتمثل في أن "الأسواق هي الملك، والاختيار جيد دائماً"، وهذه التوجهات هي جوهر فِكْر الرأسمالية كنظام اقتصادي.

لكن ثالر يرى أن أفراد الشعب في كثير من الأحيان يختارون بطريقة خاطئة، برغم أن هذه الاختيارات لا يرغبون فيها ولا يريدون فعلها من داخلهم، مثل اختيارهم الأغذية العديمة النفع، ويفعلون ذلك بالإرادة الحرة على الرغم من أنهم لا يريدون ذلك حقاً، والذي لا يساعدهم على الاختيار الصحيح هو الأسواق، ووفقاً للفلسفات الاقتصادية؛ فإن هذا الأمر يُعَد أمراً لا يُصدَّق وغير مقبول منطقاً، ويتنافى مع جوهر النظرية

الاقتصادية. وهذا الفِكر المتقدم يتفق مع ما تتبناه الحكومات في بريطانيا؛ إذ تُكرّر دائماً، ويكرر معها برلمانها أنها الحكومة الأكثر ذكاءً فتودع البيروقراطية القديمة بغير رجعة، وتبحث عن طرق ذكية تساعد الناس وتشجعهم على اتخاذ الخيار الأفضل. ولم يمرّ وقت طويل على تلك اللقاءات المتعددة حتى أعلن مجلس الوزراء البريطاني في يوليو 2010 إنشاء وحدة الرؤى السلوكية The Behavioural Insights Team (BIT)، واتخذت من 10 داونينج ستريت مقراً لها، وهي أول مؤسسة حكومية في العالم متخصصة في تطبيق العلوم السلوكية في السياسة العامة.[11]

والوحدة عبارة عن شركة ذات غرض اجتماعي مهمتها الأساسية مساعدة ودعم المؤسسات في إنجلترا وخارجها على تطبيق الأفكار السلوكية في تحقيق الأهداف الاجتماعية التي تَنشدها وتملكها الحكومة البريطانية ومؤسسة نيستا National Endowment for Science Technology and the Arts (NESTA).[12]

ومصطلحا الرؤى السلوكية Behavioral Insights، والتدخلات السلوكية Behavioral Interventions لم يسبق استخدامهما، وابتكر المصطلحات وصاغها الفريق عام 2010 للمساعدة في جمع الأفكار الأكاديمية من تخصصات مختلفة، وذات صلة مشتركة وتجمع بين الاقتصاد السلوكي والعلوم النفسية والإنثروبولوجيا الاجتماعية. وكان هدف الجمع بين هذه المجالات هو فهْم "كيف يتخذ الأفراد قراراتهم في الواقع العملي؟ وما هي ردود أفعالهم تجاه الخيارات المتاحة؟" والنتائج المستقاة من ذلك تُمكِّن الحكومة من وضع السياسات المناسبة لمواطنيها، وتهدف الوحدة إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية: خفض نفقات الخدمات العامة وجعلها أسهل للمواطنين حال استعمالها، وتعظيم العوائد المختلفة عن طريق تقديم نموذج أكثر واقعية للسلوك الإنساني أمام صانعي السياسة في كل المجالات، ثم ابتكار التدخل السلوكي المناسب، وأخيراً تمكين الأفراد من اتخاذ أفضل الخيارات لأنفسهم ولمجتمعهم بما يحافظ على المقدَّرات الاجتماعية والاقتصادية.

أما عن كيفية تطبيق الرؤى السلوكية؛ فقد حدد الفريق منهجية تتكون من أربع خطوات:

الأولى: **تحديد دقيق للنتيجة المنتظرة للتدخل السلوكي** (تحديد المشكلة)، مثل: مكافحة البطالة، أو زيادة نسبة الادخار، أو مكافحة السمنة، أو سداد المواطنين الضرائب في موعدها.

الثانية: **الاعتماد على الإثنوغرافيا Ethnography** (تحديد نوعي للمعني بالمشكلة)، وتعني فهماً أفضل للأفراد ورد فعلهم تجاه الخدمة المقدمة من جهة ما، أو موقفهم من تجربة معينة، أو مدى استجابتهم للتدخل الحكومي. وهذا الفهم العميق للأفراد يُمكِّننا من الانتقال إلى الخطوة الثالثة.

الثالثة: **بناء التدخلات السلوكية** (مقترح الحل) التي تعمل على تحسين النتائج الاجتماعية والاقتصادية، ويعتمد الفريق في منهجيته العلمية المتَّبعة على التقريرين السابقين المشار إليهما.

الرابعة: **اختبار التدخل والحكم على مدى فاعليته** (التأكد من الحل)، **ويتحقق ذلك** بالاعتماد على التجارب العشوائية المحكومة Randomized Controlled Trials (RCTs) التي تُظهِر مدى فاعلية التدخل الجديد في إطار مقارنته بالطريقة القديمة، وأهم مراجع الوحدة هو Test, Learn, Adapt ويتضمن تسع خطوات لإجراء التجارب العشوائية.[13]

ومن العلماء الآخرين الذين تعاونوا مع الوحدة، العالم روبرت كيالديني Robert Cialdini،[14] وهو طبيب نفسي أكاديمي أمريكي غطَّى الكثير من موضوعات الاقتصاد السلوكي ودوره في السياسة العامة. وقد أجرى في بريطانيا تجربة عشوائية -استمرت عامين- خاصة بأسلوب كتابة خطابات مصلحة الضرائب للمواطنين تطالبهم فيها بما هو مستحق عليهم، ووضع خمسة عشر ألف صيغة مختلفة للخطابات ليتبين أيٌّ منها أكثر فاعلية في حث المواطنين على السداد، وحققت التجربة عوائد ضرائبية قدرها 210 ملايين جنيه إسترليني، وقد كان التخصص الدقيق لروبرت كيالديني، هو كيفية قيام الحكومات بإقناع المواطنين.[15]

كان كيالديني على اتصال منتظم مع المكتب المركزي للحزب، وتمت الاستعانة به في وضع سياسات الحكومة البريطانية، وعندما طَبَّقت الأخيرة في سياساتها أفكار ثالر

وكيالديني وغيرهما من علماء الاقتصاد السلوكي أدَّت بها إلى منحى جديد كبير يختلف عن الطريق السياسي التقليدي الذي ينتهجه حزب المحافظين.

وفي شأن مدى فاعلية الاقتصاد السلوكي، وهل هو وسيلة فاعلة لتطوير المجتمع عموماً -والبريطاني على وجه الخصوص- وتوجيهه نحو غايات جيدة من عدمه، نجد أن فكرة استخدام تكتيكات نفسية لتغيير سلوك المواطنين تُعَد جذابة للحكومات؛ فهي أداة نافعة لتحقيق أهدافها بأقل متطلبات تنظيمية وقانونية وبأقل التكاليف، وخاصة في ظِلِّ حالة الركود الاقتصادي. وبإلقاء النظر على الكثير من السلوكيات التي تأمل الحكومات في تغييرها لتحافظ على رأس المال الاجتماعي والاقتصادي؛ فإن الاقتصاد السلوكي يُعَد الطريق الرئيسي في تحقيق ذلك، كما لُوحِظ في تقرير Mindspace أن هناك بعض تقنيات تعديل السلوك سيفصَح عنها، والبعض الآخر سيطَبَّق على المواطنين من دون علمهم أو موافقتهم.

ومعنى ذلك أن تطبيق "الوكز" سيأخذ شكل إخضاع جموع المواطنين البريطانيين للبرمجة اللغوية العصبية (NLP) Neuro-Lingustic Programming، وخاصة أن الحكومة البريطانية قد تعاقدت مع العديد من الخبراء في هذا المجال. والبرمجة اللغوية العصبية يمكن استخدامها بطريقة جيدة، ولا تتضمن أي نوع من أنواع المخاطر. وتثور مخاوف في بريطانيا حول ما قامت به الحكومة؛ ففكرة تعديل سلوك المواطنين ووكزهم وكزاً هادئاً نحو تناول الطعام الصحي والمفيد؛ وإن كانت الغاية منها نبيلة، لكن من الممكن مع مرور الوقت، ونتيجةً لكون الحكومة أعطت نفسها موطِئ قدم في عقول مواطنيها؛ فإن ذلك قد يدفعهم نحو تنفيذ أجندات سياسية هم لا يعلمون عنها شيئاً، وقد تكون ضارة بهم؛ لذا فلا بد من إحاطة المواطنين علماً بما تقوم به الحكومة؛ حتى لا يُضَار أيٌّ من الطرفين؛ الحكومة أو المواطنين. ولا بد من تِبيان مدى فاعلية الوكز، وإذا ما كان يقود المجتمع نحو الخير أو الشر، وعلى ذلك، فإن صمام الأمان تجاه هذه المخاوف هو سياسات الإفصاح التي يتمسك بها وبشدة جموع المتخصصين في الاقتصاد السلوكي.

- وحدة الرؤى السلوكية البريطانية من الداخل[16]

تتكون الوحدة من سبعة وعشرين عالماً من مختلف التخصصات، ويرأسهم العالم ديفيد هالبرن David Halpern، وهو اختصاصي في علم النفس الاجتماعي، عمل مع توني بلير رئيس الوزراء الأسبق، ثم مديراً لمعهد الحكومة، ويقوم بالتدريس في جامعات هارفرد وكامبيردج وأكسفورد، وله العديد من الكتب والأبحاث حول التدخل السلوكي وتحقيق الرفاهية ورأس المال الاجتماعي، ومن أشهر كتبه الكتاب الصادر في عام 2010: "الثروة الخفيَّة للأمم The Hidden Wealth of Nations"، ويُقصد به مواطنو الدول، وآخر كتبه: "داخل وحدة الوكز Inside the Nudge Unit"، صادر عام 2015، ويتناول فيه كيف تجري الأمور داخل وحدة الوكز؟ وكيف تتحقق النتائج المنتظرة؟

ويعمل بالوحدة حوالي 156 متخصصاً في مختلف العلوم الإنسانية، ويُشرف على أبحاثهم ثمانية علماء من أكبر علماء الاقتصاد السلوكي، وعلى رأسهم بالطبع ريتشارد ثالر، وتقدم الوحدة خدمات سلوكية مختلفة منها. وتولي اهتماماً كبيراً ببناء القدرات Capability Building؛ أي حشد الخبراء والأبحاث في كل المجالات لتحقيق رفاهة المجتمع. وكنتيجة منطقية لكون الفريق يعمل داخل الحكومة البريطانية، ويتخذ من مجلس وزرائها مقراً له؛ فإن لها قدرات فريدة على ابتكار نظريات وتدخلات سلوكية في المجتمع البريطاني وغيره من المنظمات.

يَعتبِر أعضاء الفريق أنفسهم قادة العالم في تصميم التجارب السلوكية المحكومة؛ فقد أجروا عدداً من التجارب العشوائية خلال أربعة أعوام تَفُوق عدد التجارب التي أُجرِيَت في بريطانيا على مدار تاريخها، ويقدمون دعمهم لكل من يطلب الاستعانة بالعلوم الحديثة لتطوير واختبار تدخلاته السلوكية، مثل: وزارة العمل، وإدارة شؤون الطاقة وتغير المناخ، ووزارة الأعمال، وشرطة العاصمة.[17]

ويتخصص الفريق في تطبيق أفكار الاقتصاد السلوكي في تطوير السياسة العامة، وقد مر على تشكيل الفريق بضع سنوات ولا يزال في قلب الحكومة البريطانية يساعدها

على وضع سياسات أكثر كفاءة وفاعلية مستندة إلى آخر ما توصَّل إليه العلم في مجالات التدخل السلوكي؛ إذ إن هناك سلسلة من التقارير على مكتب رئيس الوزراء توضح مدى جَسامة بعض السلوكيات؛ ومنها: إهدار الطعام، والغش في الامتحانات، وتزايد أعداد الباحثين عن عمل، وقلة العمل الخيري، وعدم شرب الحليب، وسفر المواطنين صباحاً إلى أعمالهم، واختيار مصادر بديلة للطاقة.

في فبراير 2012، أعلن الفريق نتائج ثماني تجارب عشوائية تم تنفيذها بتقنية "اختبر، تعلَّم، اضبط" للحد من الديون وعدم سداد المستحقات الحكومية، وقد أظهرت التجارب أنها سوف تزيد من تحصيل الحكومة مستحقاتها المختلفة، وكذلك تخفيض النفقات الحكومية بما يعادل 70 مليون جنيه إسترليني في بعض المجالات والرقم قابل للزيادة مع الوقت، وتضمنت التجارب ما يأتي:[18]

- تجربة تضمنت تغييراً في رسالة ترسلها مصلحة الضرائب إلى الأطباء -فحسب- تحيطهم علماً بالضرائب المستحقة عليهم، وحققت هذه التجربة عوائد تُقَدَّر بحوالي 3 ملايين جنيه إسترليني في هذا العام.

- في مجال الضرائب المتأخرة، تم إرسال خطاب للمتأخرين عن السداد يحثهم على سداد الضريبة المستحقة عليهم، وذكر في الخطاب أن 90٪ من البريطانيين يسددون ضرائبهم في الموعد المحدد. ونتج عنه زيادة قدرها 15٪ في معدل تحصيل الضرائب على مدار ثلاثة أشهر وحققت 30 مليون جنيه إسترليني سنوياً.

- تجربة أخرى في مجال الرسوم المستحقة للمحاكم نظير خدمات التقاضي، أوضحت أن إرسال رسالة نصية شخصية كانت فاعلة بنسبة ستة أضعاف من الرسالة التحذيرية، وأدت إلى تحصيل المحاكم مستحقاتها ووفرت 150000 تدخُّل من جانب مُحضري التنفيذ، وكذلك 30 مليون جنيه إسترليني سنويّاً كان يتم إنفاقها إدارياً لحصول مِرفَق القضاء على مستحقاته.

- أما في مجال الطاقة، فقد أجريت تجارب حول مدى فاعلية إحاطة الناس علماً بالنفقات التي يتكبدونها وتتكبدها الدولة نتيجة هدر الطاقة، وتشير النتائج الأولية إلى تحقيق وفر قيمته 200 مليون جنيه إسترليني.
- تجربة حول كيفية تشجيع الأفراد على العمل، والأسباب التي تَحُول دون ذلك، وأخرى تُعنَى بتشجيع المشروعات الصغيرة على النمو وزيادة فاعليتها في الاقتصاد.
- من مشروعات الفريق الكبرى مشروع معلوماتي My data، ويقوم على فكرة مدى قوة المستهلكين، وأنه من خلال إعطائهم معلومات حول استهلاكهم، فإنه يمكن توجيه السوق إلى ما يخدم الاقتصاد، ويطلق على المشروع اسم: استراتيجية الحكومة لتمكين المستهلك Government's Consumer Empowerment Strategy.[19]
- اختتم الفريق عمله في ذلك العام بمشروع دعم العطاء الخيري وتقليل استخدام الكحوليات. وتشير التقارير إلى أن الوكالة وفرت في عام 2010 – 2011 حوالي 300 مليون جنيه إسترليني، ارتفعت لتصل إلى 483 مليون جنيه إسترليني في نهاية العام، وفي نهاية ذلك العام علَّق ديفيد هالبرن رئيس الوحدة بقوله: "إذا استمرت الوحدة على هذه الوتيرة؛ فإننا سنوفر مليارات الجنيهات الإسترلينية، وهذا نتيجة توظيف اكتشافات العلوم في الحياة العادية".[20]

كل ما سبق هو التجارب التي دخلت حَيِّز التنفيذ، في حين أن هناك جوانب أخرى أجرى فيها الفريق اجتهاداته، وتضمنت التبرع بالأعضاء، وتشجيع المواطنين على الأنظمة الغذائية الصحية، وحماية البيئة، والإقلاع عن التدخين والكحول، وفي مجال الجريمة كانت هناك تجارب حول الجرائم المرتبطة بالهواتف النقالة، والجرائم التكنولوجية، وتلك الأخيرة، تُكلِّف المملكة المتحدة حوالي 27 مليار جنيه إسترليني، بما فيها التكلفة الاجتماعية لمثل هذه الجرائم.

وبالفعل، لعبت وحدة الوكز دوراً في حل بعض المشكلات، وكما أعلنت في التقرير الصادر عن أدائها عام 2015، والتقرير جاء بعد فحص مستفيض لما تقوم به الحكومة من

تدخلات سلوكية، ومدى تأثير ذلك في المواطنين. وتبين منه أن استعمال الوكز الهادئ لا يكون بمعزل عن استخدام التدخلات الأخرى حتى يحدث تغيير جذري في السلوكيات المرفوضة؛ فبعض الإجراءات والأدوات التنظيمية -بالاشتراك مع الوكز- يمكن أن تصنع فرقاً في المشكلات الكبرى التي يواجهها المجتمع. وانتهى التقرير إلى مجموعة من التوصيات، منها:

- يجب أن تبذل الحكومة جهداً كافياً في جمع المزيد من الأدلة حول أي القياسات تعمل على التأثير في سلوك المواطنين وتغيره.
- يجب على الحكومة أن تستعين بالعلماء المستقلين ليقدموا رأيهم العلمي بمنتهى الشفافية حول التدخلات السلوكية ونتائجها ومدى تأثير ذلك في المواطنين.
- يجب على الحكومة أن تبذل مزيداً من الجهد في مواجهة مشكلة السمنة، ومن أهم الخطوات تدوين المعلومات الكافية والواضحة على أغلفة الأغذية.
- الاتفاقات التي أبرمتها الحكومة مع الشركات الخاصة في شأن برامج رعاية الصحة العامة لها إخفاقات كبرى، ولا تشكل استجابة متناسبة مع حجم مشكلة السمنة، ولا بد أن تغير الحكومة من سياستها.

إن وحدة الوكز الهادئ البريطانية لا تعمل بمعزل عن رقابة البرلمان البريطاني House of Lords؛ إذ تابَعها على مدار عام كامل، وتتولى عملية المراقبة اللجنة الفرعية للعلوم والتكنولوجيا في البرلمان، وتقول رئيسة اللجنة البارونة نويبرجر: "العديد من السلوكيات تسعى الحكومة إلى تغييرها، مثل: إنقاص الوزن، والإقلاع عن التدخين، واستخدام أقل للسيارات، والتبرع بالدم. كل هذا لن يتم تحقيقه من خلال الوكز الهادئ فحسب؛ فالوكز لا يمكن استخدامه بمعزل عن الأدوات الأخرى".[21]

وبعد مرور ثلاث سنوات على إنشاء الوحدة، أعلنت الحكومة البريطانية في مايو 2013 على لسان وزير مجلس الوزراء فرنسيس مود، أنها تسعى إلى إيجاد راعٍ تجاري

وخصخصة المشروع بأكمله؛ ما سيجعل هذه الوحدة تخرج من عباءة الحكومة المركزية. وبالفعل تحقَّق ذلك عام 2014، وأصبحت أول وحدة سياسية مملوكة ملكية خاصة، وبالفعل تحولت إلى شركة ذات مسؤولية محدودة تملكها الحكومة البريطانية بالشراكة مع منظمة Nesta للابتكار، بالاضافة إلى موظفي الوحدة أنفسهم، وتقدم خدماتها في مجال الاقتصاد السلوكي حول العالم.[22]

وننتقل في المبحث القادم إلى الولايات المتحدة الأمريكية لنستشرف دور الاقتصاد السلوكي في سياستها الداخلية، ولاسيما أن تطبيقاته فيها تعد حديثة نوعاً ما، مقارنة بنظيرتها بريطانيا، على الرغم من كون هذا العلم أمريكي المولد.

المبحث الثاني: الاقتصاد السلوكي في الولايات المتحدة الأمريكية

عندما تولى باراك أوباما رئاسة أمريكا -وفي أيامه الأولى- أصدر قراراً مضمونه أن سياسة حكومته هي الإفصاح عن البيانات والمعلومات الخاصة بأي أمر في أي وقت، وأن تكون قابلة للقراءة والاستفادة كلما أمكن ذلك. وفي هذا القرار لم يختلف أوباما كثيراً عن سابقه بيل كلينتون؛ إذ أصدر قراراً مشابهاً بإتاحة المعلومات كافة التي تصل من الأقمار الصناعية للأفراد، وقد أثار هذا القرار جدلاً كبيراً في حينه؛ لما يشكلُّه من خطورة على الأمن القومي الأمريكي.

وقد صدرت هذه القرارات لتخدم سياسة إدارات الولايات المتحدة المتعاقبة، سواءً داخلياً، أو خارجياً. وكما يبدو من المنهج الذي اتبعه أوباما في فترة رئاسته الثانية نجده يؤكد أن كل هذه المعلومات والبيانات المتاحة -والتي يجري الإفصاح Disclosure عنها بصورة دورية- ستلعب دوراً مهماً وحيوياً في إدارة الشعب الأمريكي؛ فبات من الواضح أن الإدارة التقليدية لم تَعُدْ تحقق أهداف الحكومة، وأصبح المواطنون خارج نطاق سيطرة الحكومة الفيدرالية.

اختص البيت الأبيض وكالة أنباء (فوكس نيوز) بوثيقة صادرة منه بتاريخ 15 يوليو 2015، جاء فيها أن حكومة الولايات المتحدة قامت بتأسيس ما يسمى فريق العلوم الاجتماعية والسلوكية Social and Behavioral Sciences Team (SBST)، وسيتبع لمكتب شؤون المعلومات والتنظيم Office of Information and Regulatory Affairs، ودوره هو البحث عن السبل التي تؤثر في سلوك المواطنين وتُحسِّن من قراراتهم.[23]

ووصفت الوثيقة البرنامج "بأن علوم الاقتصاد السلوكي يمكن استخدامها وتوظيفها للمساعدة في تصميم السياسات العامة؛ لتعمل الأخيرة على نحوٍ أفضل وتكلفة أقل، وتساعد الناس على تحقيق أهدافهم، وتُمَكِّن الحكومة من تحقيق الرفاهية لمواطنيها". والبيت الأبيض يعمل مع العديد من الإدارات والوكالات الفيدرالية في مشروعات تم تصميمها حديثاً لوضع رؤى سلوكية محدَّدة تسهم في تشكيل سلوك المواطنين، ومنها:

- وزارة العمل Department of Labor.
- وزارة الصحة والخدمات الإنسانية Department of Health and Human Services.
- وزارة التعليم Department of Education.
- إدارة المحاربين القدامى Veterans Administration.
- وزارة الخزانة Department of Treasury.
- إدارة الضمان الاجتماعي Social Security Administration.
- وزارة الإسكان والتنمية الحضرية Department of Housing and Urban Development.
- وزارة الزراعة Department of Agriculture.

وهذه الفكرة القادمة إلى أمريكا جاءت من فريق الرؤى السلوكية في المملكة المتحدة؛ فقد أشادت الوثيقة برئيس الوزراء البريطاني ديفيد كاميرون لقيامه بإنشاء مثل

هذه الوحدة في بريطانيا، التي تعمل مع العديد من دوائر الحكومة وتستشيرها السلطات المحلية والجمعيات الخيرية والمنظمات غير الحكومية والقطاع الخاص والحكومات الأجنبية. وقد أرسلت رئيسة الوحدة مايا شانكار بريداً إلكترونياً إلى أحد أساتذة الجامعة طالبة منه توزيع الوثيقة على مَن يجد نفسه راغباً في العمل بالبيت الأبيض والانضمام إلى فريق الوكز الهادئ أن يرسل سيرته الذاتية، على أن يتمتع بمهارات تحليلية وخبرة في الجوانب السلوكية واختباراتها، وتقييم التجارب العشوائية، ومن لديه خلفية بحثية في علم النفس الاجتماعي والمعرفي والاقتصاد السلوكي.

ووحدة الاقتصاد السلوكي الأمريكية تفضل من لديهم استعداد للعمل بدوام كامل أو جزئي، وتسعى إلى توظيف الكثير من الأكاديميين، وكأنها أحد مراكز التفكير – Think Tanks، للعمل فيها، والمساعدة على ابتكار الأفكار الجديدة، وتصميم المشروعات السلوكية، وتنفيذها بما يخدم أهداف الوحدة؛ تَأَسياً بما قامت به إنجلترا في تجميع خبرائها الذين حققوا نجاحاً هائلاً، حيث إن الطبيعة القانونية للتعاقد مع العاملين في الفريق من غير العلماء ستتم وفقاً لقانون العاملين بالحكومة Intergovernmental Personnel Act إلى حين انتهاء انتدابهم وعودتهم إلى مؤسساتهم الأصلية، سواء كانت جامعة، أو هيئة حكومية، أو مؤسسة لا تهدف إلى الربح، أو حكومات الولايات المختلفة.

وعن الطبيعة القانونية لمدى جواز التدخل في سلوك المواطنين أوضحت الوثيقة أنه سيتم وفق قانون رخصة الدفاع الوطني National Defense Authorization Act (NDAA) الذي جاء مضيفاً ومعدِّلاً للقانونين: سميث ومواندوت Smith-Mandut Act 1948 ورخصة العلاقات الخارجية Foreign Relations Authorization 1987، وقد أثارت هذه القوانين جدلاً كبيراً حال صدورها؛ إذ تسمح للحكومة الفيدرالية بالتدخل في سلوك المواطنين والأجانب المقيمين على حَدٍّ سواء، وتتحكَّم في نوعية المعلومات المسموح بتداولها، بدءاً من إصدار الكتب، وحتى المعلومات التي تأتي بها الأقمار الصناعية.

مايا شانكار هي مستشار سياسي في البيت الأبيض لسياسات العلوم والتكنولوجيا، ودورها هو الإشراف على منظمة الحكومة الاتحادية التي يعمل فيها فريق الرؤى

السلوكية، وهي من رسمت الخطط الكبرى لأوباما في العلوم السلوكية. وانضمت إلى إدارته في إبريل 2013 مستشاراً سياسياً، وهي في نهاية العشرينيات، وتخرجت من جامعة ييل، وهي عازفة على آلة الكمان. وفي عام 2006 كان اسم شانكار من ضمن أفضل عشر سيدات الجامعة في مجلة جلامور، وقالت للمحرر آنذاك إن الوظيفة التي تحلم بها هي مستشار الرئيس الأمريكي للعلوم. ولم تمر سنوات لا تتجاوز أصابع الكف الواحدة إلا وأصبحت كذلك.[24]

وفي عام 2013 أنهت شانكار أبحاثها للدكتوراه في جامعة ستانفورد وأستاذها هو الدكتور صامويل ماكلور، ودراستها في الخصم المتأخر delay discounting، وهي عادة عند البشر؛ حيث يتخلون عن المكافآت الكبيرة في المستقبل لصالح المكافآت الصغيرة على المدى القصير. والخصم المتأخر أحد المبادئ السلوكية التي يستخدمها الاقتصاد السلوكي. وكانت شانكار مسؤولة عن مشروع تجريبي بريطاني جرى في الولايات المتحدة الأمريكية، بدأ عام 2010، دوره تحديد واختبار التدخلات الحكومية Governmental Interventions التي يمكن أن تنقذ وتوفر أموال الحكومة، وتدفع المواطن العادي لتبني سلوكيات محددة مرغوب فيها ومنخفضة التكاليف، وتحافظ على رأس المال بنوعيه.[25]

ويقول العالم ثالر في تصريح له تعليقاً على ما قام به البيت الأبيض: "مَن الذي لا يرغب في مثل هذا البرنامج؟ ومن يرفضه هو من لا يفهمه جيداً، أو لا يفهم الغرض منه؛ فالهدف منه تحسين قدرة وفاعلية الحكومة باستخدام أدلة علمية مجمعة لتصميم سياسات جديدة للتعامل مع المواطنين. ويتساءل: من لديه البديل فليقدمه، ولن يكون البديل سوى شعور الإنسان النابع من نفسه أو العادات أو الأُطُر الفكرية المختلفة يميناً أو يساراً، أو عقيدته التي لم تثبت فاعليتها وكفايتها".[26] ويبرهن ثالر على نجاح سياسة الوكز الهادئ بقوله: "إن أبحاثه العلمية دعمت فكرة إلحاق العمال تلقائياً ببرامج المعاش والتقاعد في الولايات المتحدة بالفعل، فالكثير من الناس ترددوا في الادخار، الأمر الذي انعكس سلباً عليهم في المستقبل؛ إذ لم يجدوا ما يسد حاجتهم عند التقاعد. وبمجرد اتخاذ خطوتين فحسب في النظام أَدَّتَا إلى تغيُّر جذري في الموقف: الأولى كانت الالتحاق التلقائي

في برامج المعاش، مع ترك حرية الخروج. والثانية الاستثمار التلقائي؛ إذ اعتُبِر المشترك راغباً في استثمار أمواله تصاعدياً كل سنة".[27]

وقد يجد الأمريكيون أنفسهم خلال السنوات المقبلة، يتعاملون في العديد من جوانب الحياة بطرق مختلفة تؤدي إلى الإنجاز، سواء في ادخار النقود، أو التعليم في المدارس، أو حتى فقدان الوزن الزائد، وبالطبع موضوع ترشيد استهلاك الطاقة؛ إذ يؤمن بعض علماء السلوك أن بمقدورهم مساعدة الناس على التحكم في أنفسهم من خلال فهم العلاقة بين ذاكرة المدى القصير والذكاء والخصم المتأخر، وقد استُخدِمت هذه النظريات كثيراً لمواجهة إدمان لعب القمار القهري وتعاطي المخدرات. ولكن دخول مايا شانكار إلى دوائر الحكومة العلمية يشير إلى تطبيق مثل هذه الأفكار على التأمين الصحي، وإعادة التدوير، وزيادة المدخرات العائلية ولاسيما أن الولايات المتحدة تعاني ضعف الادخار.

وقدمت الوثيقة سالفة الذكر شرحاً لمسؤولية الوظيفة في فريق الرؤى السلوكية الرئيسي:

- بناء القدرات Building Capacity من خلال العمل مع مجموعة كبيرة من الوكالات الفيدرالية لتحديد المجالات الجديدة التي يمكن أن تستفيد من تطبيق برامج التعديلات السلوكية، والمساعدة على تصميم وتنفيذ واختبار التدخلات السلوكية باستخدام طرق تجريبية صارمة rigorous experimental methods.
- تعزيز القدرات Enhance Capacity عن طريق تقديم الدعم التقني، وضبط المفاهيم الخاصة بالتدخلات السلوكية للوكالات، وكذلك في التدخلات السلوكية القائمة بالفعل.
- العمل على تجميع الوكالات الفيدرالية المختلفة لتحديد التطبيقات الواعدة في هذا المجال، والتحديات المشتركة، وخلق ما يسمى مجتمع الممارسة community of practice.

- ابتكار الموارد العلمية وتوفيرها، وذلك بتأليف برامج تعليمية، ومواد علمية تقدم كيفية التواصل بين الوكالات المختلفة والوثائق المشتركة، ويُطلَق عليها "كيف أفعل how to do"، وإدارة المكتبة الإلكترونية، والتعامل مع وسائل الإعلام.
- المساعدة على الإلهام بأفكار جديدة من خلال التعاون مع الشركاء الخارجيين؛ لتحديد ما توصلت إليه الأبحاث، ويمكن أن يُثرِي من السياسات السلوكية وتطبيقاتها.[28]

- **مدى قبول وحدة الاقتصاد السلوكي الأمريكية:**

تشير الأدلة المتزايدة والمستقاة من آخر أبحاث العلوم الاقتصادية والاجتماعية والسلوكية إلى أنه يمكن توظيف هذه العلوم في المساعدة على تصميم سياسات عامة تتبناها الحكومة؛ فتؤدي الأخيرة عملها على نحو أفضل، وتكلفة أقل، وتساعد أفراد المجتمع على تحقيق أهدافهم. والتطبيقات القائمة لاستخدام الأفكار السلوكية في المجتمع تحقق نجاحاً كبيراً؛ ففي بريطانيا اتبع فريق الرؤى السلوكية آلية عمل تتمثل في القيام بتجارب سريعة ومتكررة للنماذج السلوكية موضوع الفحص. وهذه الآلية حققت نجاحاً؛ إذ حدَّدت واختبرت التدخلات السلوكية المرتقبة للحكومة البريطانية.

وتفاوتت الآراء بين مؤيد ومعارض لما أعلنه البيت الأبيض؛ فالمعترضون على الفكرة يحذرون من عواقب غير مقصودة أو محسوبة جرَّاء هذه الخطوة، ويطلقون عليها الدولة المربية The Nanny State، بينما المؤيدون يَرَوْن أنها تعطي مزيداً من الفاعلية للحكومة وتُحَسِّن من المجتمع؛ فالاقتصادي مايكل توماس من جامعة ولاية يوتا يعترض قائلاً: "أنا متشكك جداً في ترويج فريق الوكز لهذه السياسات في واشنطن؛ لأن فكرة الوكز -في نهاية المطاف- تفترض قدرة مجموعة صغيرة في الحكومة على معرفة أفضل الخيارات أكثر من الأفراد، والحكومة عادة ما تروج لأشياء خاطئة، مثلما أخطات من قبل واعتبرت أن الدهون المهدرَجَة أفضل من الدهون المشبَّعة وغير المشبعة، والآن نحن نعرف أن هذا خطأ". ويرى ديفيد ليبسون أستاذ الاقتصاد السلوكي بجامعة هارفارد، أن أي

تدخل من جانب الحكومة لا بد من اختباره للتأكد من جدواه وفاعليته، وأن منهج الفريق غير واضح بالقدر الكافي، ولا بد من معرفة التفاصيل للتأكد من جدواه. والأرجح أنه سيعمل بشكل جيد للغاية، ويأمل في أن يبتعد عن الخوض في المسائل المثيرة للجدل مجتمعياً.[29]

تطبيقات ناجحة للتدخلات السلوكية لوحدة الاقتصاد السلوكي الأمريكية[30]

- تَحسين الالتحاق بالكليات، وزيادة القدرة على تحمُّل تكاليفها؛ وفي سبيل مساعدة الطلاب على الالتحاق بالكليات قامت وحدة الرؤى السلوكية بالاشتراك مع المكتب الفيدرالي لمساعدة الطلاب Federal Student Aid، بتقديم الخبرة الفنية للباحثين في شأن الرسائل التي تُرسَل إلى الطلاب لإخبارهم بقبول التحاقهم بالجامعة، وفي الوقت نفسه المهام التي يجب أن يقوموا بها لإتمام الالتحاق.[31]

  وبالفعل تم تصميم ثماني رسائل شخصية نصية أرسلت إلى الطلاب ذوي الدخل المنخفض تذكرهم باستكمال المهام المطلوبة منهم، وكانت النتيجة زيادة نسبة الطلاب الذي يكملون المهام المطلوبة منهم في الوقت المناسب بنسبة 5.7٪، ورفعت نسبة الالتحاق بالكليات لتصبح 72.1٪ بدلاً من 66.4٪.[32]

- ولمساعدة الطلاب الحاصلين على قروض تعليمية فيدرالية على الالتزام بالمدفوعات، قامت المؤسستان سالفتا الذِكر بإرسال بريد إلكتروني تذكيري إلى 100 ألف طالب مقترض فاتهم سداد الدفعة المقدمة، والنتيجة كانت زيادة في نسبة الطلاب الذين قاموا بالسداد بنسبة 29.6٪، بعدما كانت تتراوح بين 2.7٪ و3.5٪.[33]

- وفي شأن تحسين الأداء الأكاديمي، فقد بات في اعتقاد الطلاب أن ذكاءهم يتشابه مع "العضلات"، ويمكن أن ينمو مع العمل الجاد والمثابرة. وقامت مجموعة من ذوي الخبرة الأكاديمية بإجراء اختبارات للطلاب ذوي الأداء الضعيف، وتحسَّنت نتيجتهم كثيراً.[34]

- ولزيادة الوعي بخطط السداد المرتبطة بدخل الطلاب، وهو ما يُطلَق عليها income-driven repayment (IDR) فيما بين الطلاب المقترضين، تم إرسال بريد إلكتروني

بالخطط المقترحة لأكثر من 800 ألف طالب مقترض، الذين لم يحالفهم التوفيق في السداد، وكانت النتيجة تَقدُّم 4327 طالباً لملء استمارة خطط السداد في أول عشرين يوماً من إرسال البريد.[35]

- أما لزيادة الالتحاق بالكليات والاستمرار فيها فكان ذلك عن طريق تقديم المساعدة الشخصية على موقع Free Application for Federal Student Aid FAFSA؛ حيث قامت الجامعات بالاتصال شخصياً بخريجي المدارس الثانوية فور تخرجهم، وأدت إلى زيادة عدد المسجَّلين في الكليات بنسبة 29٪ من الأفراد منخفضي أو متوسطي الدخل.[36]

- ولزيادة المدخرات التقاعدية للعاملين الفيدراليين، قامت الوحدة السلوكية بالاشتراك مع وزارة الدفاع بإرسال بريد إلكتروني إلى ما يقرب من 720 ألف موظف غير مشترك في برامج المعاش، وكانت رسالة من كل تسع رسائل صُمِّمت باستخدام الرؤى السلوكية توضِّح للمرسَل إليه الفائدة المتحققة له من الاشتراك في برامج المعاش، وكانت النتيجة أنها أضحت أكثر الرسائل فاعلية، حيث ضاعفت معدل الاشتراك. والرسائل التي استندت إلى الرؤى السلوكية أضافت تقريباً 4930 مشتركاً بمدخرات تُقَدَّر بحوالي 1.3 مليون دولار في الشهر الأول فقط. واعتمدت وزراة الدفاع هذه التقنية في التعامل مع مشتركي برامج الادخار والمعاشات.

- وتجربة أخرى أُجرِيَت لزيادة الادخار تمثَّلت في سؤال الملتحقين حديثاً بالعمل عما إذا كانوا يرغبون في الاشتراك في برامج المعاش، وكانت إجابة السؤال بـ "نعم" أو "لا"، وكانت النتيجة زيادة عدد المشتركين بنسبة 8.7٪ مقارنة بأماكن العمل الأخرى التي كانت نسبتها 2.9٪. وتُعَدُّ الرسائل الإلكترونية المصممة سلوكياً أحد أهم أشكال الوكز.[37]

- وأهم وكزة –التي تعد من كلاسيكيات الوكز– هي تلك التي استندت إلى القيد التلقائي في برامج المعاش والتي وضع أساسها العالمان ريتشارد ثالر وشلومو

بنراتزي، والتي ارتكزت على ثلاثة تحركات سلوكية اقتصادية، وهي: التحكُّم في النفس في الوقت الراهن أسهل للتحكم في أحداث المستقبل، ومقاومة الآثار السلبية لتجنب الخسارة، والاستفادة من ميل الأفراد الفطري نحو الجمود؛ فربطت الوكزة بين الادخار الآن، ومعدل زيادته وعوائده في المستقبل، وتقليل الخوف من الخسارة، وعزوف المشتركين عن إلغاء اشتراكاتهم بسبب عدم القدرة على اتخاذ القرارات. وأدى هذا التحرك إلى زيادة المدخرات حوالي 7.4 مليار دولار أمريكي سنوياً.[38]

- أما في مجال الرعاية الصحية للأسر، والحصول على التغطية التأمينية، والحفاظ على صحة الأسرة؛ فقد قامت وحدة الرؤى السلوكية بالاشتراك مع وزارة الصحة والخدمات الإنسانيه بإرسال بريد إلكتروني للأسر التي التحقت بالبرنامج بَيْدَ أنها لم تستكمل ملء استمارات قيدها، وكانت النتيجة هي زيادة في الأعداد بنسبة 13.2٪ من إجمالي 700 ألف شخص. والمساعدة على اختيار أفضل خطط العلاج وتقديم الأدوات للمساعدة على اتخاذ القرار للعائلات.[39]

- وكانت هناك أيضاً تدخلات سلوكية نتيجة ما تم اكتشافه علمياً من مخاطر تظهر أثناء شرب الماء، مثل تناول الماء في كوب غير نظيف، وعدم نظافة المُرَشِّحات وما ينجم عن ذلك من أمراض، وبالفعل قَلَّل التدخل السلوكي من هذه المخاطر كثيراً. وكذلك التقليل من الأمراض الناجمة عن نقل الطعام عن طريق وكز الناس لتغطية الطعام والحفاظ عليه. وقد تبدو هذه الوكزة بدهية نوعاً ما، وقد يراها البعض غير ذات قيمة، لكنك لن تفاجأ إذا عرفت أن عدد من يصاب بالأمراض الناجمة عن نقل الطعام في الولايات المتحدة الأمريكية 48 مليون شخص، 128 ألف منهم يدخلون المستشفيات لفترة طويلة، ويموت منهم 3000 شخص سنوياً؛ فلا شك أنه تدخل سلوكي حميد ويحافظ على حياة الكثير من الناس.[40]

- وفي مجال سوق العمل كان هناك تدخل لمساعدة عودة الأفراد إلى أعمالهم؛ إذ طلبت الوحدة من الأفراد المتعطِّلين عن العمل وضع خطة واقعية ملموسة قابلة للتنفيذ

الفوري حول "كيف، ومتى، وأين يمكن أن يعمل؟"، وهذا التدخل أدى إلى انخفاض أعداد المتعطِّلين عن العمل بنسبة تراوحت 15٪ – 20٪ خلال 13 أسبوعاً فقط من إجرائه.[41]

- ومن التدخلات الناجحة للغاية ذلك المشروع الذي تم بين وحدة الرؤى السلوكية وجامعة شيكاغو، الذي بُنِيَ على خَلْق سوق إلكترونية للعمل تضم ما يحتاج إليه سوق العمل من عاملين، ومؤهلات الباحثين عن عمل، ومن يبحثون عن عمل.[42]

- وكانت هناك تدخلات سلوكية في مجال المحافظة على البيئة، بتوفير المعلومات الخاصة بالتغيرات المناخية في صورة مبسَّطة لغير المتخصصين، ومن ثَمَّ تساعد الأفراد العاديين على ترشيد استهلاك الطاقة، والحفاظ على البيئة. وبرامج زيادة فاعلية أداء الحكومة، وضبط النفقات، ورفع كفاءة الخدمات الحكومية، والتواصل فيما بين الحكومة والمواطنين.[43]

ولا شك أن ما حققته وحدة الوكز الأمريكية خلال ما يربو على ثلاث سنوات يعد نجاحاً بكل المقاييس، وما زالت الإدارة الأمريكية، برئاسة دونالد ترامب، تولي اهتماماً بتطبيقات الاقتصاد السلوكي على السياسة الأمريكية، وإن كانت الوحدة لم تعلن إنجازاتها خلال عامي 2017 و2018 إلا أن ما قامت به فيما مضى يبشر بدور أكبر لها في المستقبل، وننتقل في المبحث التالي إلى استعراض مكانة الاقتصاد السلوكي في المؤسسات الدولية وبعض دول العالم المختلفة.

المبحث الثالث: الاقتصاد السلوكي حول العالم

قامت وحدة الرؤى السلوكية البريطانية بدور فاعل؛ إذ لم تقِف حدود تعامل فريقها عند حكومتها، بل امتدت لتشمل حكومة نيو ساوث ويلز New South Wales في أستراليا؛ إذ ساعدتها في بناء فريقها على غرار النموذج الإنجليزي، وهذا التعاون يلقَى كثيراً من القبول في الأوساط السياسية هناك. وفي 17 نوفمبر 2010 استقبل المجلس

البريطاني الفرنسي Franco-British Council في مجلس الوزراء البريطاني فريقَين من صانعي السياسات في فرنسا وإنجلترا وناقشا كيفية الاستفادة من الاقتصاد السلوكي في السياسة العامة.

ويصف فريق الوكز البريطاني نفسه بأنه يتمتع بخبرة غير متاحة للكثيرين في تطبيق الرؤى السلوكية بما ينفع الصالح العام، ويقيم ورش العمل والندوات لنقل الخبرة للآخرين، وقدَّم خبرته لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، واليونيسيف، والبنك الدولي، وحكومة سنغافورة. ويتحدث أعضاء الفريق بانتظام في المفوضية الأوروبية، وبورصة لندن، وجامعة هارفارد.

وفي الآونة الأخيرة، وبعد النجاح الذي أثبتته التجربتان البريطانية والأمريكية، قامت العديد من الدول بالسير على النهج نفسه؛ فانتشرت وحدات الوكز لدراسة السلوك والاستفادة من الاقتصاد السلوكي في تصميم السياسات والمشروعات العامة في مختلف دول العالم بشكل لافت للنظر، وتم تأسيس -حتى الآن- أكثر من خمس وخمسين وحدة سلوكية حول العالم، في الكثير من الدول مثل: (ألمانيا، وكندا، وسنغافورة، وأستراليا، والهند، وفنلندا، وهولندا، والأرجنتين، وبلجيكا، والبرازيل، والصين، وفرنسا، والمجر، وإندونيسيا، وإيطاليا، واليابان، والمكسيك، وبولندا، وروسيا، وجنوب إفريقيا، وكوريا الجنوبية، وإسبانيا، والسويد، وتركيا)، وحديثاً من المنطقة العربية: (قطر، والمملكة العربية السعودية، ولبنان)، وذلك من أجل تشجيع اعتماد الحلول السلوكية في صناعة السياسات. وأصبح للمتخصّصين في الاقتصاد السلوكي دور مهم، سواء فيما بين أروقة الحكومات، أو في مجال الأعمال والمشروعات التجارية.

إن تطبيق الاقتصاد السلوكي في السياسة العامة أصبح ظاهرة، وإن كان لم يحتل مكانته الحقيقية على أجندة الحكومات حتى الآن. إنما يبدو في الأفق أن السياسة العامة لم تَعُد بيد السياسيين وحدهم، بل تدخَّل العلماء، وأصبح لهم دور فيها. ويمكن القول: إننا مقبلون على عصر اتخاذ القرارات السياسية على أساس علمي فحسب.

أولاً: الاقتصاد السلوكي في الدول الغربية والمؤسسات الدولية

بدأت المنظمات الدولية في إلقاء الكثير من الضوء على دور الاقتصاد السلوكي في تصميم السياسات العامة والاهتمام به. وقد استعرض تقرير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)، الصادر عام 2017، مئة واثنتي عشرة تجربة تعنى باستخدام السياسات السلوكية في مجالات متعددة، مثل حماية المستهلكين، والتعليم، والطاقة، والبيئة، والتمويل، والمنتجات المالية، وسوق العمل وسياساته، والصحة، والأمن والسلامة، وتقديم الخدمات العامة، والضرائب، والاتصالات، وغيرها من المجالات المهمة والحيوية.[44]

ويُعَدُّ هذا التقرير أول نظرة دولية شاملة للمدى الذي وصل إليه تطبيق الرؤى السلوكية، وتضمنت هذه الدراسة الاستقصائية ستين هيئة عامة في 23 دولة من دول المنظمة ومؤسستين دوليتين. ويوضح التقرير مدى الفائدة التي حققها مطبقو الأفكار السلوكية في المجالات المختلفة، وهو ما انعكس بالنفع أيضاً على مسؤولي السياسة العامة. وقد وجد التقرير أن تطبيق الرؤى السلوكية قد فاق التوقع، وأن المسؤولين في الهيئات العامة يدعمون استخدام مثل هذه الرؤى، وخاصة أن المقاومة من جانب الحكومة المركزية في أدنى حد، كما أن النقد الذي يوجه لمثل هذه التدخلات كان في كثير من الأحيان بسبب مقاومة التغيير المؤسسي، التي دائماً ما تحدث مع فرض شيء جديد أكثر من كونه نقداً للتدخل نفسه. كما أن قلة المصادر المستقاة من الاختبارات والتجارب، والاهتمامات الأخلاقية التي وقفت عائقاً حقيقياً أمام هذه الرؤى في تطبيقها على المؤسسات العامة أيضاً، حتى الجوانب الأخلاقية، تم أخذها في الحسبان أثناء التطبيق، ومن ثم تمت المحافظة على الحقوق المرتبطة بالاختيار.

وقد طرح هذا الاستقصاء مجموعة من الأسئلة حول تضمين الرؤى السلوكية في صناعة القرار المؤسَّسي عبر المؤسسات الحكومية المختلفة، وتطبيقها داخل مجال الأعمال، والخبرات التي يمكن الاستفادة منها، والعوائق المختلفة لهذه الرؤى عند تطبيقها في

المراحل المختلفة للدائرة السياسية، والمجالات المحتمل تطبيق الرؤى السلوكية فيها التي تتضمن التطبيق والإجبار على التطبيق بواسطة مؤسسات الحكومة، بالإضافة إلى صناعة القرار في المؤسسات العامة باعتبارها السلطات التنظيمية؛ وبهذا لم يعد تطبيق الرؤى السلوكية مجرد حالة صحوة ما لبثت أن تزول، بل وجد الاقتصاد السلوكي ليبقى؛ إذ وضع أقدامه بثبات في العديد من دول العالم، وفي قطاعات متنوعة في السياسة العامة، وما زال هناك العديد من القطاعات التي يمكن تطبيقها فيه أكثر مما هي عليه الآن.

وقد تبنى هذا التقرير تعريف لونن Lunn للرؤى السلوكية Behavioral Insights، والتي تهدف إلى زيادة رفاهية المواطنين والمستهلكين على السواء من خلال السياسات والأطر التنظيمية المرتكزة على النتائج العلمية الموثقة والمستمدة من الطرق التجريبية التي سبق اختبارها وتم التأكد من صحة فرضياتها. وتشكل الرؤى السلوكية الضلع الثالث من مثلثٍ يضم العلوم السلوكية والاقتصاد السلوكي، الذي يدمج استراتيجيات الاقتصاد التقليدي مع الرؤى المستمدة من علم النفس والعلوم المعرفية وغيرهما من العلوم الاجتماعية؛ لاستكشاف العناصر غير العقلانية التي تؤثر في القرارات.[45]

ويشير التقرير إلى أن المنظمة -وعلى مدار سنوات عدة- تابعت عن قرب استخدام وتطبيق الرؤى السلوكية بواسطة الحكومات والهيئات التنظيمية والمنظمات العامة وغيرها من المؤسسات في القطاعات المختلفة. وتبيَّن أن استخدام العلوم السلوكية أصبح فكرة مألوفة في العديد من الدول لمساعدتها على تنظيم أفضل لمؤسساتها، وتنفيذ وتعزيز التدخلات في الأسواق عَبْر العناصر السلوكية، والقيام بتجارب مختلفة في الكثير من الموضوعات، مثل حماية المستهلك والبيئة والصحة والتمويل، وغيرها من الموضوعات.

ومع ذلك، يشير التقرير إلى أن الأدبيات التي تتناول تطبيق التدخلات السلوكية تعد محدودة مقارنة بالحاجة الماسة إلى تبادل المعارف فيما بين مطبقي هذا النهج الجديد الذي يعد ضرورياً للمساعدة في فهم التطبيقات وفوائدها ومخاطرها. وفي عام 2014 نَشرت المنظمة تقريراً عن تطبيق الاقتصاد السلوكي على السياسات التنظيمية، ومدى

تأثيرها في بلدان المنظمة. وفي عام 2016 نشرت المفوضية الأوروبية تقريراً يكشف النقاب عن ثروة معرفية عن المبادرات السياسية المرتكزة – صراحةً أو ضِمناً– على الرؤى السلوكية، سواء كانت على المستوى المحلي أو المستوى الإقليمي عَبْر اثنتين وثلاثين دولة أوروبية. وما زال الطريق في مَهده ويحتاج إلى المزيد من الدعم العلمي والبحثي.[46]

ولِسَدِّ هذه الفجوة المعرفية قامت المنظمة ومعها كلية لندن للاقتصاد، بالتعاون مع مؤسسة ideas 42، والشبكة الأوروبية للوكز European Nudging Network (TEN)، بعمل دراسة استقصائية حول تطبيقات الرؤى السلوكية التي تتم في العديد من بلدان العالم، سواء كانت حكومات مركزية، أو محلية، أو جهات إدارية، وأيضاً فيما بين المشرعِين، وما زال هذا البحث الاستقصائي جارياً.[47]

وفي إطار منظمة التعاون، قامت مديرية التنمية الإقليمية والحَوكمة العامة Public Governance and Territorial Development directorate (GOV)، التي تعد جزءاً من المنظمة، بتنظيم حلقة دراسية دولية حول النهج الجديد لمواجهة التحديات الاقتصادية New Approaches to Economic Challenges (NAEC)، واستعرضت الممارسات الدولية في تطبيق الرؤى السلوكية، وتطبيقها في السياسات العامة. وضمت الحلقة أكثر من 150 مسؤولاً من الحكومات المركزية، والمحلية، والمنظِّمين، وموظفي المؤسسات الدولية، والأكاديميين؛ لمناقشة التحديات والفرص لتطبيق الرؤى السلوكية في صنع السياسات. واتفق المشاركون على أن الرؤى السلوكية تعد أداة قوية يجري استخدامها حالياً بمعرفة الحكومات لتعزيز فاعلية التدخلات.[48] ومع ذلك فإن إضفاء الطابع المؤسسي، أو تعميم تطبيق الرؤى السلوكية يستلزم قبولها من القيادة السياسية وجهات الإدارة العامة، وتحتاج إلى بنية تحتية بحثية تمكن الباحثين من معرفة القطاعات التي تحتاج إلى التدخل السلوكي، وأيٍّ منها يصلح، وما لا يصلح.[49]

واستعرض التقرير –الذي يعد بمنزلة الرخصة الدولية لقبول توظيف الرؤى السلوكية في الحياة– النماذج الرائدة في تطبيق الرؤى السلوكية المتمثلة في التجربتين

البريطانية والأمريكية، وتناول بالنظر فريق الاقتصاد السلوكي للحكومة الأسترالية The Behavioral Economics Team of the Australian Government (BETA) الذي يعد أول وحدة مركزية لحكومة أسترالية معنية بتطبيق الاقتصاد السلوكي على السياسة والبرامج وتصميم الإدارات المختلفة.[50]

وتتبع الوحدة رئيس مجلس الوزراء والحكومة، وهي عبارة عن مبادرة مشتركة تضم 17 وكالة حكومية أسترالية متخصصة في تقديم الخدمات العامة، وتهدف الوحدة إلى بناء القدرات الاقتصادية السلوكية عَبْر قطاع الخدمات العامة في أستراليا، واستخدامها في تصميم السياسات وتطبيقها في الواقع، وذلك عن طريق إجراء التجارب العشوائية المحكومة لاختبار ما يصلح وما لا يصلح. والأداة الفاعلة للوحدة هي بناء الكوادر البشرية المدرَّبة والقادرة على توظيف الخبرات الاقتصادية السلوكية؛ لتحسين السياسات والبرامج بالتعاون مع شركاء آخرين في مشروعات محددة، وإنشاء روابط بين أجهزة الخدمة العامة في أستراليا ومجتمعات أبحاث الاقتصاد السلوكي في الأوساط الأكاديمية، سواء داخل أستراليا أو خارجها؛ لتقديم الأدوات والأدلة ذات الصلة لتطبيق الاقتصاد السلوكي ومنهجية التجارب العشوائية على السياسات والبرامج الحكومية.

وقد عالج تقرير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية -الذي سبقت الإشارة إليه- عشرة قطاعات مختلفة في الدول التي تم تجميع تجاربها، وكان القطاع الأول هو حماية المستهلك، ومنها الحفاظ على التنافسية فيما بين المسوقين الكبار، وعدم السماح بتسلل الاحتكار وتعطيل الحيل التسويقية، وجعل فواتير الشراء أكثر شفافية ووضوحاً، وتقديم خيارات متعددة للقروض الشخصية، وزيادة الشفافية في فواتير الكهرباء المستخدَمة للمساكن، ومعالجة الإعلانات الإلكترونية، وتصميم المواقع، والإقراض لتمويل توصيل مياه الشرب. وكان القطاع الثاني هو التعليم، الذي تضمن تجربتين سلوكيتين ارتكزتا حول مشروع ما بعد المدرسة ومحو أمية الكبار، أما الثالث فكان الطاقة، حيث تنوعت التجارب في ذلك ومنها: تقديم بيانات أفضل حول استهلاك الطاقة؛ لتحقيق كفاءة

الاستهلاك، ودفع المستهلكين نحو استهلاك الطاقة المتجددة، وزيادة الشفافية في عقود الطاقة، وزيادة كفاءة مشروعات الطاقة وسوق الكهرباء.[51]

في حين تناول الجزء الرابع البيئة. ومن التجارب التي أجريت فيه، اختبار المعايير الاجتماعية ونتائج التغذية الراجعة حول توفير استهلاك المياه، وإصلاح صنابير المياه لتقليل الفاقد، وتجربة "من الاستبدال إلى الإصلاح"، وتتمثل في تغيير الخيار المفروض لتقليل النفايات الإلكترونية، وتأطير معلومات كفاءة استهلاك الطاقة للتشجيع على الكفاءة في استخدام الأجهزة الكهربائية، وتوفير الطاقة المستهلكة في الأجهزة الكهربائية الكبرى، وتأطير كفاءة الوقود، وتقديم المزيد من المعلومات حول الانبعاثات والتكلفة الاقتصادية جرَّاء ذلك. وكذلك تجربة حول تشجيع المستهلكين على استعمال المعلومات حول الاستدامة للحدّ من هَدْر الطعام، والتقليل من هَدْره بسبب عدم ملاحظة تاريخَي الإنتاج والانتهاء.

في حين كان القطاع الخامس هو مجال المنتجات المالية، الذي كان له نصيب الأسد من التجارب والتدخلات السلوكية؛ وبلغ عدد إجمالي التجارب حوالي 20 تجربة حول العالم، وتمثلت في الاستثمار في الأوراق المالية المهجَّنة، وتحسين التواصل مع مديري الشركات التي ما زالت في طَوْر التصفية، وتحسين الشفافية والإفصاح عن المعلومات حول المنتجات المالية، وآليات حل النزاعات المالية في غانا، ومبادرات تعليم وتدريب المستثمرين، وتنظيم التمويل الجماعي، والتحويلات النقدية الرقمية لدعم السلع الغذائية، وزيادة القروض المتناهية الصغر في كينيا،[52] والمسح الوطني للتعليم المالي، والتربية المالية لطلاب المدارس، والحد من الإفراط في الاقتراض من جانب من سبق لهم الاقتراض، وقياس مدى تأثير الرسائل النصية، وإرسال ملخصات حول إجمالي الدين، وتطبيقات الهواتف الجوالة على سلوك العملاء المصرفيين، وقياس ما يشكله تأطير خيارات التقاعد من أهمية، والتحويل بين حسابات الادخار. وكذلك تجديد التأمين، وبيان إذا ما كان المستهلكون يدفعون أكثر من اللازم فيه؟ وبيع التأمين الإضافي، وفهم هيكل الودائع،

وتشجيع العملاء على المطالبة بالتعويض عن الأخطاء المصرفية وغير المصرفية، واستخدام الرسائل مع مقترضي الرهون العقارية، وتجربة خُذْ أموالك؛ لتشجيع المستهلكين على المطالبة بالتعويضات عن معاملات الصراف الآلي غير المكتملة، واستخدام الرسائل الشخصية لجذب الانتباه، والترويج لتأمين المعاش.

أما القطاع السادس فهو في مجال الصحة والسلامة. ومن التدخلات السلوكية التي أجريت فيه: الزيادة في مجال التبرع بالأعضاء، ومكافحة السمنة بمنح الأميال الجوية المجانية، ووكز المدخنين للإقلاع عن التدخين، وزيادة مبيعات الخضار والفواكه، وتحسين تصميم غرف تناول الطعام لتقديم المزيد من خيارات الطعام الصحي، وعمل مسح استقصائي حول تناول الطعام للأطفال والكبار، ومراقبة داء السكري في شهر رمضان، والسلامة العامة، وزيادة عدد المتبرعين بالأعضاء في بريطانيا، والتقليل من استخدام المضادات الحيوية، وتذكير المرضى بمواعيدهم مع الأطباء.

والقطاع السابع كان سوق العمل. ومن التدخلات السلوكية: التوفيق بين الباحثين عن العمل والباحثين عن العمال، وتقليل الاعتماد على إعانات البطالة، وتشجيع العمال على سداد الرسوم المستحقة في المواعيد، وتدريب رواد الأعمال قبل بداية تأسيس مشروعاتهم، وزيادة الالتحاق ببرامج التشغيل الحكومية.[53]

في حين كان القطاع الثامن، هو مجال الخدمات العامة. وكان فيها تجارب حول تجديد رخص المركبات عن طريق الإنترنت، واستكمال استمارات تسجيل الشركات، وتوفير مواقع إلكترونية للاستفادة من الخدمات الحكومية، ومساعدة الشركات على تقنين وضعها، وزيادة الثقة بالخدمات الحكومية.

في حين كان القطاع التاسع هو الضرائب. وكان من التدخلات التسجيل الضريبي عبر شبكة الإنترنت، وسداد المستحقات الضريبية، وزيادة الامتثال الضريبي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، واستخدام المعايير الاجتماعية لتشجيع الناس على سداد المستحقات الضريبية.

أما القطاع العاشـر فهو خاص بالاتصالات، وتمثلت التدخلات في حماية العمـلاء، وتبسـيط عقود الاتصالات والإنترنت، ووكز الناس نحو دفع فواتير الهاتف في مواعيدها، وتأطير التسعير لقطاع الاتصالات، والتجديد التلقـائي للعقـود، وكيفيـة عـرض أسـعار المكالمات للعملاء.[54]

أما خارج إطار الحكومات المركزية، فقد ظهرت على الساحة منظمات عـدة للـرؤى السلوكية للجمع بين القطاعات العامة والخاصة والتطوعية والأكاديمية تحت مظلة فكرية واحدة. وعلى سبيل المثال تم إنشاء الشبكة الأوروبية للـوكز The European Nudging Network (TEN)، التـي تـديرها مبـادرة العلـم والمجتمـع والسياسـة Initiative for Science, Society and Policy (ISSP) بالتعـاون مـع منظمـة التعـاون الاقتصـادي والتنميـة ومعهـد الدراسـات التجاريـة العليـا ببـاريس École des hautes études commerciales de Paris (HEC Paris)، وذلك في عام 2014؛ لضمان التطبيق المسـؤول علمياً وأخلاقياً للرؤى السلوكية، سواء داخل أوروبا أو خارجها.

وتقوم الشبكة الأوروبية بتنفيذ مهمتها عن طريق مجموعة من المـوارد المتاحـة عَـبْر الإنترنت وأنشطة الأعضاء. وأبرز الموارد المتاحة قاعدة بيانات الوكز، التي تستهدف توفير الموارد ليستفيد منها الآخرون، وفضلاً عن ذلك، التحقق من صحة التطبيقات لأصحاب المصلحة ومطبقي التدخلات.

وهناك أيضاً ideas 42، وهـي منظمـة غـير ربحيـة تأسسـت في البدايـة في جامعـة هارفارد في عام 2008، وهي أول مختبر تصميم سلوكي تم إنشاؤه في العالم؛ إذ يجمع Ideas 42 المتخصصـين والمهنيين من التخصصات المختلفة للعمل على مشـاريع في جميـع أنحـاء العالم لحل مشكلات الصـحة، والتعلـيم، والعدالـة الجنائيـة، والتنميـة الدوليـة، وكفـاءة الحكومة. وهنـاك العديـد مـن الجهـات الأخـرى أيضـاً، مثـل رابطـة العلـوم السـلوكية والسـياسات Behavioural Science and Policy Association (BSPA)، وغيرها من الشبكات الوطنية المختلفة.

ويوجد في الأوساط الأكاديمية العالمية عدد من مراكز ومختبرات السلوك التي تتعاون مع العديد من علماء السلوك من شتى أنحاء العالم. وعلى سبيل المثال، مجموعة الرؤى السلوكية (BIG) Behavioural Insights Group التي تأسست في جامعة هارفارد عام 2013، والتي تجمع الباحثين والاقتصاديين السلوكيين وغيرهم من علماء السلوك؛ للتركيز على تحسين التعليم، والأنظمة الصحية، والحد من التمييز، وحماية البيئة، وتحسين إدارة التمويل الشخصي والمؤسسي. وهذه المجموعة تضم 35 عضواً من أعضاء هيئة التدريس ومجموعة من الطلاب يبلغ عددهم حوالي 700 طالب يقومون بدراسة الرؤى السلوكية. وتعمل المجموعة مع الحكومات والمنظمات التي تقوم بتطبيق العلوم السلوكية في سياساتها.

أما مركز تحليل المخاطر وتنظيمها Centre for Analysis of Risk and Regulation (CARR) الذي تأسس في كلية لندن London School of Economics (LSE) فيعد نموذجاً لمركز الأبحاث متعدد التخصصات يرتكز عمله الأساسي على الإعدادات التنظيمية والمؤسسية لإدارة المخاطر والممارسات التنظيمية.

وفي كندا يوجد مركز الاقتصاد السلوكي في العمل بروتمان Behavioural Economics in Action at Rotman (BEAR) center،[55] الذي يعد واحدة من أقدم المجموعات البحثية الأكاديمية وأكبرها، وقام المركز بتجميع أبحاث أجريت على مدار عقود في صنع القرار باستخدام أدوات تم اختبارها تجريبياً لتسهيل تغيير السلوك. ويقوم المركز بدراسة المشكلات الاجتماعية والاقتصادية من منظور العلوم السلوكية، ويصمم الحلول التي تتجاوز المناهج التقليدية في تطبيق الحوافز الاقتصادية أو العقوبات أو تقديم المعلومات.

أما في فرنسا فيسعى مشروع الوكز الفرنسي في العلوم French Nudge Project at Sciences إلى تحليل تنامي الاقتصاد السلوكي من وجهة النظر القانونية والفلسفية، ويجمع المشروع بين فريقه تخصصات مختلفة للعمل على فهم المصادر والأطر (الأدوات

المعيارية الجديدة) والآثار العملية للاقتصاد السلوكي على السياسة العامة، مع التركيز على اقتراح وتصميم أساليب جديدة لتوظيف العلم في السياسة العامة.[56]

وفي عام 2013، نشرت مجلة الصحة النفسية Health Psychology موضوعاً حول التداخل بين الصحة النفسية والاقتصاد السلوكي، في حين استعرض تقرير الدخل والثروة في عدده المنشور في عام 2014 موضوعات الفقر والتنمية والاقتصاد السلوكي. وفي عام 2015 قدمت مجلة السلوك الاقتصادي والمنظمة Journal of Economic Behavior and Organization موضوعاً حول استخدام الاقتصاد السلوكي في التعليم.

وقد بلغت الصلة بين العلوم السلوكية والسياسة ذروتها في ذلك العام عندما نشر على نطاق واسع تقرير عن التنمية في العالم والصادر من مجموعة البنك الدولي في عام 2015 بعنوان "العقل، المجتمع وسلوك علم السلوك والسياسة"،[57] الذي ملأ فجوة مهمة في مشهد نشر الموضوعات المعنية بالاقتصاد السلوكي.

وفي أوائل شهر سبتمبر 2015، عُقِد أكبر تجمع لعلماء السلوك والممارسين وصانعي السياسات BX في عام 2015، وهو المؤتمر الدولي حول الرؤى السلوكية في لندن. وفي تقرير لمجموعة البنك الدولي عن المملكة المتحدة، وما قامت به من حملة توظيف فريق الرؤى السلوكية –مثل ذلك الذي أُنشئ حديثاً في البيت الأبيض– وإطلاق مجلة جديدة ذات سمعة جيدة.

وفي 30 سبتمبر 2017، قام حوالي 300 شخص –من بينهم مديرون تنفيذيون روّاد في الحكومات والشركات والمؤسسات غير الحكومية والأوساط الأكاديمية– بالتجمع في بروكسل؛ لمناقشة كيفية استفادة صناعة السياسات من الرؤى السلوكية.

وقد تم تنظيم المؤتمر بواسطة (الإدارة العامة للمفوضية الأوروبية للصحة والمستهلكين) التي تعتمد على رؤى علماء السلوكيات الذين وظفتهم في السنوات الأخيرة، ومثال لما أتى به المؤتمر، أن اختيار التحذيرات المصورة والنَّصية على عبوات

السجائر سيعتمد على اختبارات فاعلية تلك التحذيرات، مثل تتبع حركة أعين الأشخاص عندما يرونها، وإجراء بحوث ميدانية حول مدى فاعليتها، وعما إذا كانت قد حققت المرجو منها من عدمه. هذا، وقد قدمت المفوضية الأوروبية مجموعة من مثل هذه التحذيرات في عام 2005، لكن لم يتم اختبار مدى جدواها وإذا ما كانت قد حققت المستهدف منها، إلا عن طريق أساليب توضيحية منحازة للغاية؛ مثل الاستبانات والتقارير الذاتية.

يتمثل الدرس هنا في أنه إذا استطاع كيان حاكم-مثل المفوضية الأوروبية الشهيرة بالروتينية ومقاومتها للتغيير- رؤية مزايا الرؤى السلوكية، وغيَّر طريقته في إفادة السياسة؛ فيجب أن تحذو كل حكومة حذوه إذن. وعندما تلقي مؤسستان دوليتان على قدر كبير من الأهمية مثل البنك الدولي ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، كل هذا الضوء على الاقتصاد السلوكي ودوره في السياسة العامة والمجتمع والبيئة والحياة الإنسانية بوجه عام. فلا بد أن نتجه فكرياً إلى هذا المجال، ولاسيما أن بلادنا العربية في حاجة ماسة إلى تطبيق مثل هذه المبتكرات العلمية.

ثانياً: الاقتصاد السلوكي في العالم العربي

في العالم العربي، بدأ بالفعل الاقتصاد السلوكي يشق طريقه في دوله، سواء على صعيد السياسة العامة أو على صعيد الشركات الخاصة التي تقدم خدماتها بناءً على الرؤى السلوكية، وأضحت هناك بعض البدايات المبشرة لتحسين أداء المواطنين والاقتصاد بالاستناد إلى تطبيقات الاقتصاد السلوكي. وفيما يلي تستعرض الدراسة التجارب المعلن عنها في مختلف الدول العربية.

قامت لبنان بتأسيس وحدتها السلوكية تحت اسم الجمعية اللبنانية للاقتصاد السلوكي نادج ليبانون Nudge Lebanon. ويعزى فضل تأسيسها إلى الأستاذ الدكتور فادي مكي، عضو مجلس العلوم السلوكية في المنتدى الاقتصادي العالمي، وأحد رواد تطبيق الاقتصاد السلوكي على السياسات العامة في الشرق الأوسط، وبينت الوحدة على

موقعها الإلكتروني أهدافها التي تتشابه مع أهداف وحدات الوكز في مختلف أنحاء العالم، وتمثلت في التشجيع على زيادة استخدام التجارب العشوائية كشرط مسبق لسن السياسات العامة بما يحقق مصلحة المواطن والمجتمع على حد سواء. وتهدف الوحدة إلى تقديم الأبحاث السلوكية المتنوعة ووضعها تحت بصر متخذ القرار. وتوظيف الرؤى السلوكية وابتكار الوكزات وتقديمها إما للقطاع الحكومي أو غير الحكومي. وإجراء تجارب عشوائية محوكمة. ومراجعة برامج الحكومات والمنظمات لتحسين النتائج التي تحققها باستخدام الأفكار المستمدة من الاقتصاد السلوكي.[58]

وأعلنت الوحدة سبع تجارب سلوكية قامت بها بالفعل منذ تأسيسها؛ الأولى كانت حول تخفيض الطلب على أدوات تناول الطعام البلاستيكية مع أوامر التسليم، عن طريق تنبيه العملاء إلى المشاكل البيئية التي تنجم عن كثرة النفايات، والطلب منهم المساهمة في حل هذه المشكلة ما يدفعهم إلى تقليل الطلب على تلك الأدوات. وكانت التجربة الثانية حول استخدام الصناديق الزجاجية الشفافة المصنوعة عن طريق إعادة التدوير، في جمع التبرعات أو الإكراميات، وكون الصناديق شفافة فإن هذا الأمر ساعد على استجابة المزيد من الناس إلى هذه الوكزة السلوكية المعتمدة على البروز والامتثال، وتتفق مع السياق العام. أما التجربة الثالثة فكانت حول تحسين أداء الطلاب في الاختبارات، وهذه التجربة ارتكزت على بناء ثقة الطلاب الضعفاء بأنفسهم من خلال تأكيد قيم النجاح وتعزيز ثقتهم بأنفسهم، وتمكينهم من إظهار مهاراتهم الحقيقية؛ ما يحسن من نتائجهم العلمية.

في حين كانت التجربة الرابعة حول الحد من هدر الطعام وزيادة الطلب على أخذ بقايا الطعام إلى المنزل بين عملاء مطاعم الوجبات السريعة. أما التجربة الخامسة فكانت حول تشجيع الناس على استخدام حقائب التسوق الصديقة للبيئة بشكل أكثر انتظاماً، وكان ذلك من خلال تذكيرات برسائل قصيرة أسبوعياً. وكانت التجربة السادسة لزيادة استخدام حزام الأمان أثناء القيادة، وذلك عن طريق قيام عمال مواقف السيارات بالإشارة إلى السائقين بربط الحزام قبل القيادة. وكانت التجربة الأخيرة حول تحسين

سداد فواتير الكهرباء، باستخدام وكزة التأطير وتتمثل في تـذكيرات للمشـتركين بسـداد المبالغ المستحقة عليهم في الوقت المناسب. والنتائج التي حققتها هذه التجارب متاحة على موقع الوحدة الإلكتروني، وأعلِن عنها وقت تحرير هذا الكتاب.[59]

تم عقد أول مؤتمر حول الاقتصاد السلوكي ونظمته الوحدة اللبنانية في شـهر مـايو 2018 وانعقد في الجامعة الأميركية ببيروت. والدورة الثانيـة منـه عقـدت في شـهر إبريـل 2019. وبالشـراكة مع "مؤسسة كارنيغي"، و"هارفـارد بـزنس ريفيـو"، و"نـادجيكو". وتناول المؤتمر نشأة وحدات الوكز العالميـة وتطبيقـات الـرؤى السـلوكية في السـياسات الحكومية والتشجيع على أساليب الحياة الصحية، وتحقيق تنميـة بيئيـة مسـتدامة، وتعزيـز ثقافة سـيادة القانون وتحسـين النتائج التعليمية، وتعزيز البرامج الاجتماعية والإنسانية.[60]

واتفقت وحدة الوكز اللبنانية مع الجامعة اللبنانية على تفعيل دور بـرامج الاقتصـاد السلوكي في الجامعة، وكذلك إنشاء مختبر للاقتصاد السلوكي بالجامعة.[61]

وقامت المملكة العربية السعودية بإطلاق وحدتها باسم "المركز الوطني للدراسات الاستراتيجية التنموية" في عام 2018. ويتبنى المركز مجموعة من الأهداف المتكاملة لتـوفير المساعدة الفاعلة في تحقيق رؤية المملكة 2030 وتفعيل برنامج التحول الوطني، وتتمثل في تفعيل دور المركز كجهة استشارية رئيسـية فيما يتعلـق بالتنميـة الاقتصـادية الاجتماعيـة في المملكة، كذلك إجراء دراسات تحليلية واقتراح السـياسات الاقتصـادية الاجتماعيـة بنـاء على أدلة علمية ولإعداد خطط التنمية، وتقديم الحلول الاستشارية، وإنشاء شبكة معرفية، وتأسيس الشـراكات الاستراتيجية لتفعيل تبادل المعرفة، واقتراح السياسات والإجراءات المناسبة للاستراتيجيات التي تعالج قضايا التنميـة وتحـدياتها المتوسـطة والبعيـدة المـدى، والتخطيط لعملية التنمية التي تستهدف نمو معدل الناتج المحـلي والإجمـالي، والاسـتفادة المُثلى من الأبحاث وتوظيفها في الحياة العامة والخاصة، وتقـديم الاستشـارات للقطـاعين العام والخاص في السـياسات الاقتصادية، وإعداد الشـروط والمواصفات الواجـب تقيـد

الجهات الحكومية بها عند طرح المشروعات الخاصة بإعداد الدراسات وتقديم الاستشارات.[62]

وقام المركز بتأسيس "وحدة التصور السلوكي" ودورها هو تقييم السياسات والبرامج القائمة باستخدام العلوم السلوكية واقتراح التحسينات اللازمة من أجل الحصول على نتائج أفضل. وتصميم سياسات جديدة باستخدام نماذج واقعية للسلوك البشري. وتقديم الآراء حول السلوك البشري لصناع السياسات وصناع القرار لمساعدتهم في اتخاذ القرارات على أساس المعلومات والبيانات السلوكية. والقيام بدراسات وبحوث سلوكية، وتضمين السلوكيات الاقتصادية كجزء من الاتجاه العام في تصميم السياسات.[63]

ونظم معهد الإدارة العامة بالرياض مؤتمراً بعنوان "هل يحسن الاقتصاد السلوكي قراراتنا؟" في يوليو 2017، كإحدى مبادرات برنامج التحول الوطني 2020 لمعهد الإدارة العامة. وشملت محاور المؤتمر موضوعات الاقتصاد المنطقي، والمؤثرات السلوكية في القرارات، وتطبيقات الاقتصاد السلوكي، والنماذج الاقتصادية والتحديات، وبناء السياسات والتدخلات السلوكية، وأثر السياسات السلوكية محلياً في مايو 2017.[64] وعقدت المؤسسة العامة للحبوب أيضاً بالاشتراك مع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ورشة عمل بعنوان "فقد الغذاء من المنشأ إلى منافذ البيع – الأسباب والحلول، استخدام تطبيقات الاقتصاد السلوكي للحد من الهدر الغذائي". وكان ذلك في يوليو 2018.

وتم تأسيس شركة باسم هوز Hawaz،[65] شركة سعودية تعمل في تمكين برامج التحول لرؤية المملكة 2030، وذلك باستخدام تطبيقات الاقتصاد السلوكي للمساهمة في صياغة السياسات العامة. ويتكون فريق وحدة الاقتصاد السلوكي في هوز من مجموعة من الكوادر، ويركز فريق العمل على توظيف مبادئ الاقتصاد السلوكي في مجالات عدة، ونشر الوعي بعلم السلوك، والعمل على إنشاء وحدات داخل المنظمات الحكومية وشبه

الحكومية لخدمة هذا الغرض. وتصميم التجارب المختلفة التي تساعد على فهم سلوكيات الأفراد، وإنشاء سياسات عامة تهدف إلى تغيير سلوك الفرد نحو اتخاذ قرارات سليمة.[66]

وتم توقيع مذكرة تفاهم بين المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، عضو مجموعة البنك الإسلامي للتنمية، وشركة هوز؛ بهدف تطوير برامج الاقتصاد السلوكي لفائدة دول منظمة التعاون الإسلامي.[67] وتأسست شركة خاصة لتقديم الاستشارات الإدارية استناداً إلى الاقتصاد السلوكي، وهي شركة أبواب Aboab.[68]

وفي دولة الإمارات العربية المتحدة استضافت كلية الإدارة بجامعة زايد، في يناير 2017 ندوة الإمارات السنوية الثالثة حول الأبحاث الكمية، التي عُقِدت مؤخراً في فرع الجامعة بدبي، وهدفت إلى تحقيق مستوى عالمي للأبحاث الكمية وتطوير ثقافة التميز البحثي، وناقشت تحديات الاقتصاد العالمي. وتناول القسم الأول من الندوة الاقتصاد السلوكي والتمويل.[69] وأسست دولة الكويت وحدتها في عام 2018 باسم مختبر الكويت لتقييم السياسات KPAL.

وفي الأردن أُعلن تأسيس "جمعية الاقتصاد السلوكي والديمقراطية" في يناير 2019، وأهداف الجمعية، كما ذكرها وائل الروسان –رئيس الجمعية– "تدور حول إجراء الدراسات والأبحاث التحليلية التي تعنى بتحليل القرارات الاقتصادية والمالية والسياسات العامة التي تتخذها المؤسسات والأفراد، وتنمية المجتمع من خلال توجيه الوحدات الاقتصادية نحو السلوكيات التي تؤدي إلى إحداث التنمية وإعداد الدراسات الخاصة بالعوامل الاجتماعية والفكرية والاقتصادية. وتقدم الجمعية خدماتها إلى المجتمع المحلي والمدني والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية".[70]

وفي قطر تم تأسيس وحدة الاقتصاد السلوكي تحت اسم "اللجنة العليا للمشروعات والإرث"، ودورها هو التوجيه السلوكي، وهي الأولى من نوعها في المنطقة العربية. وهدفها هو تغيير سلوك الأفراد بشكل إيجابي، وقامت الوحدة بإجراء عدد من التجارب حول التعليم، ورعاية العمال، والاستدامة البيئية، وأنماط الحياة الصحية،

كاستخدام الملصقات لتشجيع الناس على اختيار بدائل صحية للغذاء، أو استخدام ملصقات لامعة تجذب الناس وتشجعهم على استخدام السلالم بدلاً من المصاعد الكهربائية. وتعاونت وحدة قطر للتوجيه السلوكي مع مؤسسة قطر للتربية والعلوم وتنمية المجتمع لإطلاق مبادرة "مجتمع العاملين في مجال الاقتصاد السلوكي". وأصدرت تقريراً حول تطبيقات التوجيه السلوكي في المجال الصحي، وخاصة الوقاية من الأمراض غير المعدية كالسكري، والسرطان، وأمراض القلب والأوعية الدموية. واهتمت الوحدة بإجراء تجارب تستخدم علوم التوجيه السلوكي لمواجهة التحديات الموجودة. وقدمت الوحدة دعماً لعدد من المؤسسات والهيئات لتشجيع الأفراد على تبني عادات وسلوكيات إيجابية مثل الحد من إهدار الطعام، وإعادة تدوير المخلفات، والالتزام بارتداء حزام الأمان أثناء قيادة المركبات. كما تعاونت وحدة قطر للتوجيه السلوكي مع وحدة لبنان في إحدى الفعاليات.[71]

ويمكن للاقتصاد السلوكي مساعدة الدول العربية عموماً وحكومات دول الخليج العربية على وجه الخصوص في تحقيق أهدافها الاجتماعية والاقتصادية والبيئية في إطار خططها الوطنية للتحول؛ مثل الرؤية الاقتصادية 2030 لإمارة أبوظبي، ورؤية الكويت الجديدة 2035، ورؤية المملكة العربية السعودية 2030. ورؤية الإمارات العربية المتحدة 2021؛ إذ يمكن للاقتصاد السلوكي مساعدة واضعي السياسات العامة على فهم أكثر للمواطنين وسلوكياتهم، سواء السلبي منها ومكافحته والإيجابي منها وتنميته. وبالتالي تعظيم عوائد خطط التنمية القائمة. ولا يمكن الاستغناء عن السياسات التقليدية أو إلغاؤها، ودور الاقتصاد السلوكي تكميلي جنباً إلى جنب مع الوسائل الأخرى.

وتحتاج حكومات دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية إلى التوسع في تأسيس فرق الاقتصاد السلوكي أو فرق الوكز، التي تتميز بالتنوع العلمي والثراء المعرفي والديناميكية التي يحتاج إليها علم الاقتصاد السلوكي. ويكون دور هذه الفرق في المقام الأول إجراء الأبحاث السلوكية المتخصصة، ولاسيما أن العالم الغربي قد سبق منطقتنا العربية في هذا المجال، ولا يمكن تعميم ما توصلت إليه الأبحاث التي تمت في أوروبا

وأمريكا وغيرها على دولنا العربية، ولاسيما أن أحد العناصر التي يأخذها الاقتصاد السلوكي في اعتباره هي الجوانب الاجتماعية وجوانب الإثنوغرافيا. بخلاف العادات والتقاليد التي تشكل جانباً مهماً من جوانب السلوك.

ويجب ألا تنغلق هذه الوحدات على نفسها وتكتفي بالكوادر الوطنية الموجودة، بل يجب التعاون مع مختلف التخصصات في شتى أنحاء العالم. وتحذو في ذلك حذو من سبق في ذلك المجال مثل فريق الرؤى السلوكية البريطاني الذي يتعاون ويجمع الخبراء من مختلف أنحاء العالم؛ لإثراء العملية البحثية، والوصول إلى رؤى جديدة قد تكون غائبة عن الباحثين. ويجب على تلك الفرق أن تتوسع في شراكاتها داخلياً وخارجياً فتزيد من حجم نشاطاتها وإطلاق تدخلات سلوكية على نطاق أوسع.

والمجالات التي يمكن للتدخلات السلوكية أن تتدخل فيها أهداف التنمية الوطنية في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية وردت في تقرير بعنوان "نحو اعتماد العلوم السلوكية في صنع السياسات الحكومية في دول مجلس التعاون الخليجي- منهج مبتكر لصنع سياسات حكومية فاعلة". وتم إعداده بواسطة Ideation Center لصالح Strategy & WPP ونُشر في القمة العالمية للحكومات وصدر في عام 2018 والشكل (1-6) يوضح مدى القوة التي يمكن أن تلعبها التدخلات السلوكية في تحقيق الاستدامة البيئية، وعلى صعيد آخر مدى ضعفها في زيادة إنتاجية القطاع العام.

الشكل (6-1)

مدى فاعلية التدخلات السلوكية في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية لتحقيق الأهداف الرئيسـية للتنمية



المصدر: الرؤية الاقتصادية 2030 لإمارة أبوظبي، ورؤية مملكة البحرين الاقتصادية 2030، ورؤية المملكـة العربية السعودية 2030؛ ورؤية الكويـت الجديـدة 2035، ورؤيـة قطـر الوطنيـة 2030، ورؤيـة الإمـارات العربية المتحدة 2021، وتحليل اسـتراتيجي بعنـوان "نحـو اعـتماد العلـوم السـلوكية في صـنع السياسـات الحكومية في دول مجلس التعاون الخليجي- منهج مبتكر لصـياغة سياسات حكومية فاعلـة" وتـم إعـداده بواسطة Ideation Center لصالح Strategy & WPP (ص 12)، (بتصـرف من الباحث).

الفصل السابع

الآثار الإيجابية للاقتصاد السلوكي

مقدمة

لا شك أن إنسان اليوم يختلف كثيراً عن إنسان الأمس، فإنسان اليوم يختبر ثـورات متنوعة بين واحدة تكنولوجية، وأخرى في الاتصالات، وغيرهما في المعلومات والعلاقات الاجتماعية وكل نشاط إنساني تقريباً. وأصبح البشـر يختبرون جديداً كل يوم. وتفاعلوا مع هذا كله، ومنه ما جاء بنتائج إيجابية وآخر أتى بنتائج سلبية.

طرحت المعرفة الإنسانية المتزايدة -باستمرار- نفسَها على الساحة. وما كان يهـيمن على النظام العالمي من فكر ومنهجية فيما سلف، أصبح في حاجة ماسة إلى التجديـد ليلبـي متطلبات إنسان اليوم. فالمعرفة الإنسانية أدت إلى الحاجة إلى خطـاب يحـترم عقـل إنسـان اليوم؛ يخاطبه ويقنعه ويستمع إليه. فالجهل يسـمح بالسـيطرة عـلى الآخـر. بيـنما المعرفـة تسمح بقبول الآخر.

أصبحنا نعيش عصـر التواصل اللحظي بين البشـر. ويبدو أننـا أدركنـا فجـأة أننـا نعيش على أرض واحدة. فمن يلوث البيئة في أقصـى الأرض يعاني تبعـات هـذا التلـوث مَن يعيش في أدناها. ولم يعد هناك مجال للتنصل من المسـؤولية؛ فإثبـات الأفعـال أصـبح باستخدام التكنولوجيا وتطبيقها. وأصبحت الحكومات في تحدٍّ حقيقي، إذ لم يعـد مقبـولاً إنسانياً أن تبذل الحكومات العناية فحسب، بل أضحت مطالبة بتحقيق نتيجة، وبـدا جليـاً في الآفاق تغير جذري في دور الدولة.

ويوضح هذا الفصل كيف أن الاقتصاد السلوكي هو طريق وسـطي معتـدل مبنـي على العلم والإنسانية؛ إذ يستعرض مفهوم النفوذ المعنوي والتغير في دور الدولة اقتصادياً،

وكيف يواكب الاقتصاد السلوكي هذا التغير، ثم يستعرض مجالات تطبيق الاقتصاد السلوكي في الرعاية الصحية والتبرع بالأعضاء والتعليم والتنمية ورضاء المستهلك وعلم نفس الموارد العقلية.

المبحث الأول: الاقتصاد السلوكي الطريق الثالث

أولاً: النفوذ المعنوي

النفوذ المعنوي Moral Influence، هو القدرة على التأثير في الآخرين بالاستناد إلى مجموعة متنوعة من القيم المعنوية. وفقدان النفوذ، هو عدم السيطرة على قدرة تشكيل الوجدان، سواء الفردي أو الجمعي في سبيل تحقيق الذاتية بخصائصها وجوانبها المختلفة. والمفهوم صالح للتطبيق على كل الوحدات، فيمارسه الأب على أبنائه، والأم على بناتها، ورئيس الشركة على مرؤوسيه، والعلامة التجارية الشهيرة على مستهلكيها. فالنفوذ المعنوي، هو البوابة التي تخرج منها الأفكار والقيم، فتنبسط في عقل المتلقي على مدار الزمن فتصبغه بصبغة من يمارس النفوذ.

فتشكل الدولة الوجدان الجمعي "العلمي" بمؤسساتها العلمية. و"الاقتصادي" بسياساتها المختلفة ومؤسساتها الاقتصادية. و"الاجتماعي" بحفاظها على ترسيخ القيم والأعراف الاجتماعية والعادات والتقاليد. و"السياسي" بوحداتها السياسية؛ سواء كانت حزباً أو قبيلة فالأمر سيان.

وبالنظر إلى الشعوب وعلاقتهم بدولهم، نجد أن الدولة فقدت بعضاً من نفوذها المعنوي على مواطنيها. والتراجع الحاصل في القدرة على بسط النفوذ ليس بسبب تقصير، بقدر ما هو بسبب بسط الآخرين نفوذهم بأشكاله كافة. فإذا كان بسط النفوذ عالمياً، فإن لنا في فكرة العولمة وموجاتها المتنوعة والمتكررة ومبتكريها ومروجيها وأدواتها عبرة. وإن كانت محاولات التدخل مؤسسية؛ فالمؤسسات الدولية ما انفكت تسن قواعد وتبتكر نظريات لتلتزم بها غالبية دول العالم. وإذا كانت محاولات بسط النفوذ تجارية، فالشركات

المتعددة الجنسيات نموذج مثالي. فما تقدمه من منتجات وخدمات وتسهيلات جعلت من المستهلكين أسرى منتجاتها وتابعين لها تبعية مطلقة، وأصبحوا ماكينة نقود هذه الشركات. وإذا كان بسط النفوذ علمياً وعقلياً ومعرفياً، فالإعلام العالمي بكل أنواعه (أخبار- دراما- إعلان) وشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) ومواقع التواصل الاجتماعي وما حققته من تواصل لحظي بين البشر، والمؤسسات العلمية وما تنشره من أبحاث؛ لكل هؤلاء النصيب الأكبر في تشكيل الوجدان الجمعي للشعوب.[1]

كل حالات بسط النفوذ هذه تواجهها الدول بمفردها. وأصبح المواطنون تحت قبضة هذه التدخلات. والحكومات بين شقَّي الرحى، تلقي بنظرها على التدخلات تارة، وعلى شعوبها تارة أخرى، وتقف قدراتها عند حدود المحاولة للحد من آثارها السلبية على المواطنين. وما يزيد صعوبة الأمر هو تفاوت السرعات؛ فبسط النفوذ الخارجي سريع ومتلاحق، والإنترنت جعلت من الأمور أكثر سرعة. واستجابة الشعوب سريعة أيضاً. والدول تجري مسرعة تحاول أن تحدّ من التدخلات، وتسعى لاهثة إلى بسط نفوذها المعنوي.

والسؤال الذي يطرح نفسه بأشكال متعددة هو: هل تمسك الدول بمقاليد القدرة على تشكيل الوجدان الجمعي لشعوبها؟ وهل تبذل الجهد الكافي في بسط نفوذها المعنوي على مواطنيها؟ وأخيراً، "هل تجيد الدول فن مخاطبة الشعوب؟".

أولاً: التغير في دور الدولة اقتصادياً

تطور النظام الاقتصادي عالمياً بصورة تلقائية تحت تأثير التطورات التكنولوجية والقوى الاجتماعية السائدة مع ظهور الثورة الصناعية. ولم يكن هذا وليد فكرة أيديولوجية لمنظر اقتصادي، وإنما جاء المنظرون لاحقاً مؤيدين ومعارضين، وجاء آدم سميث ووضع علم الاقتصاد السياسي وأصّل نظرياً لاقتصاد السوق واليد الخفية. وعلى الرغم من بعض الانتقادات هنا أو هناك، فإن التوجه العام ظل مؤمناً بأن النظام الرأسمالي هو النظام الطبيعي، قد يحتاج إلى الإصلاح أو التهذيب هنا أو هناك، ولكنه يظل النظام المعتمد.

وتنوعت أشكال الرأسمالية بين صناعية وتجارية ومالية، وظلت "الحرية" هي قوامها ومنهجها من حريات تملُّك واستغلال واستهلاك. ويقف دور الدولة عند حد ضمان الحريات. ويرمز له في النظام الرأسمالي بالأيقونة المقدسة "دعه يعمل ... دعه يمر Laissez passer… Laissez faire". والدولة حارسة. وكانت الدول ترعى الحرية، وينعم بها الأفراد والأسواق، وجاء ثمن الحرية في شكل الأزمة المالية العالمية 2008 The Great Ressccion وما لحق بها من تطورات، ويسترعي الانتباه ملمحان مهمان يؤشران إلى التغير الحاصل في دور الدولة:[2]

وعلى الصعيد العالمي، تنامت أعداد صناديق الثروة السيادية Sovereign Wealth Funds وتنوعت استثماراتها بشكل لافت للنظر. وبالنظر إلى سلوك الدول في التعامل مع هذه الصناديق نجد أنها تسعى بكل جد إلى ادخار الأموال وتراكمها، ثم تبحث عن أفضل الفرص الاستثمارية حول العالم وتضع أموالها فيها. فالدول أصبحت مدخرة ومستثمرة وتسعى إلى تحقيق الأرباح، وتعهد بأموالها إلى مديري الاستثمار. وتختارهم كما يختار المستثمر، وتصيب استثماراتها الخسائر، وتسعى إلى أن تعوض خسارتها. وهذا هو سلوك الرجل المعتاد، رب الأسرة التقليدي.

وعلى صعيد العالم الغربي، نجد أن هذه الدول تدخلت في الأزمة بشكل ينافي أيديولوجيتها. فقد دفعت الحكومة الأمريكية حوالي 3 تريليونات دولار من أموال دافعي الضرائب لتحمي مؤسسات التمويل بنوعيها المصرفية وغير المصرفية من إشهار إفلاسها. وامتد الأمر لتضارب الحكومة بنفسها في البورصة وتشتري 500 مليون سهم من أسهم شركة (جنرال موتورز) عندما هبطت أسعارها. وحققت ربحاً قدره 11 مليار دولار عندما استرد السهم عافيته. واستثمرت ما يوازي 418 مليار دولار في AIG عام 2009 وباعت أسهمها في عام 2012 بربح.

وهذا السلوك لا يعد تأميماً، فالتأميم هو نقل ملكية الأصول العينية والمالية للدولة بغير مقابل. هذا التصرف من جانب الحكومة الأمريكية يتطابق مع رجل الأعمال الذي

وجد فرصة في السوق اغتنمها ولم يضيعها. إنها صورة نموذجية للاستثمار. لقد بدأت الدول التدخل في الاقتصاد ليس بشكل تقليدي فحسب، بل بشكلين مختلفين. فقدمت أموالاً تحمل طابعين: الأول طابع الحماية من الإفلاس (منطق أبوي في التدخل). والثاني طابع استثماري (منطق المستثمر). وهذا يشير إلى تغير نوعي في دور الدولة. إذ إن التخلي عن أفكار الرأسمالية التقليدية بدا واضحاً خلال بضع سنوات مضت. وكأن الرأسمالية بشقيها السياسي والاقتصادي تتخلى عن منهجيتها الفكرية.

ثانياً: كيف يواكب الاقتصاد السلوكي تغير دور الدولة

إن دور أي حكومة حال توليها إدارة دولة ما ينصرف إلى جهتين. الأولى، المواطنون، فتحافظ على أنفسهم وأموالهم وعقولهم ونسلهم، وترتقي بهم إلى الأفضل في كل شأن. أما الثانية، فهي الدولة، فتحافظ على كيانها ومقوماتها في كل الجوانب، وترتقي بها إلى أفضل النماذج. وعندما تحافظ الدولة على صحة المواطنين وأبنائهم، وتوفر لهم الوظائف، وتضمن الاستثمار الجيد والآمن لمدخراتهم، وترتقي بعقولهم علماً وفناً وأدباً، وتحافظ على هذه المكتسبات للجيل الحالي وللأجيال القادمة، فهنا تكون الدولة قد مارست نفوذها المعنوي تجاه مواطنيها، كما ينبغي أن يكون؛ فالعلاقة بين الحكومة والمواطنين هي علاقة ذات بُعْدَيْن قانونيين:

- بُعْد دستوري: حيث تقوم العلاقة على أساس تسليم الشعب مقاليد إدارة الدولة لحكومة ما؛ لأن هذه الحكومة بالتحديد هي مَن لديها الخبرة والقدرة على فن إدارة الحكم، على أن تبذل هذه الإدارة كل ما في وُسْعها لتحقيق رفاهية الشعب.

- بُعْد قانوني: يتولد بعد تولِّي الحكومة مسؤوليات إدارة الدولة، ولتحقيق أهدافها؛ تضع سياسات معينة، ولتنفيذها على أرض الواقع؛ تتدخل في سلوك المواطنين بآليات قانونية.

وهناك أشكال قانونية محددة تتدخل فيها الدول سلوكياً لتطبيق سياساتها:

1) التشـريعات.
2) القرارات الإدارية والتنظيمية.
3) الضـرائب والرسوم.
4) المساعدات الاجتماعية.
5) القوة الجبرية.

وهذه الوسائل القانونية لتدخُّل الحكومة -وإن كانـت فاعلـة في بعـض الحـالات- فإنها مُكلفة مالياً وفنياً، وغير مناسبة في الكثير منهـا؛ فالمشـكلات التـي تقابـل حكومـات العصـر الحديث لم تكن مطروحة من قبل، ومنها: السـمنة والأمـراض المزمنـة، والتلـوث البيئـي، والإســراف في اسـتهلاك الطاقـة والمـوارد الطبيعيـة، وضـعف الادخـار العـام والاستثمار، والتدخين وآثاره، وعـدم ممارسـة الرياضـة، والـترف الاسـتهلاكي، وإهـدار الموارد والوقت، والبطالة، والإدمان، والقيادة تحت تأثير الخمور والمخـدرات، وحـوادث الطرق، وباتت بعض الدول تعاني نقص المواليد، وأخرى تعاني زيادتها، وحَدِّث ولا حرج عن تدني الأخلاق واختلال منظومة القيم، ولا فرق في كل هذا بـين دولـة غنيـة وأخـرى فقيرة؛ فالتحديات واحدة.

وحتى وإن كان القانون يجرِّم -بصـرامة- القيادة تحت تـأثير المخـدرات والخمـور، فإن السائقين لم يتوقفوا عن ارتكاب مثل هذه الجـرائم، ومـا يترتـب عليهـا مـن كـوارث؛ فالأمر لا يقف عند حد سَنِّ التشــريعات، وإصـدار قـرارات، وفـرض رسـوم؛ لتـتمكن الحكومة من تحقيق هدفها في رفاهية المواطنين، والحفاظ على مُقَدَّرات الوطن. ولا بـد مـن اللجوء إلى سبيل جديد لتتواصل الحكومات مع مواطنيهـا بـما يتواكـب مـع مسـتحدثات العصـر.

إن فكرة الحكم في إنجلترا وأمريكا -المبنية على فكر اليسار أو اليمـين- لم تَعُـد الآن هي الفكرة السائدة؛ فريتشارد ثـالر وكـاس سنشـتاين يعمـلان عـلى تطبيـق أفكارهمـا في "البيت الأبيض" و"10 داوننج سـتريت". ويعلـق ثـالر عـلى فكـرة اسـتخدام الاقتصـاد

السلوكي في إدارة الدولة بقوله: "إن أمر الحكم ليس مجرد يسار ويمين؛ فالوكز يستخدم وسائل بسيطة ومتعددة لتحقيق غايات اقتصادية واجتماعية متقدمة".[3] وهذا ما أدى إلى تبني فكر جديد مستمد من الاقتصاد السلوكي يسمح بالحرية؛ بشرط أن تكون حرية أبوية Libertarian Paternalism في سبيل تحقيق الرفاهية المنشودة.[4]

والفكرة التي يرتكز عليها الاقتصاديون السلوكيون، هي "أن حرية الاختيار تُعَدُّ أساساً قوياً ولا غنى عنه للسياسة العامة في كل المجالات. ويُعَدُّ هذا أساساً حقيقياً لعبور اختلاف التوجهات المؤسسية داخل الدولة. والحرية الأبوية تُعَدُّ أساساً واعداً لعمل مؤسسات الدولة المختلفة في شتى المجالات. ونظام الحكم الجيد يتطلب من الحكومة تبني إكراه وقيود أقل، ومزيد من الحريات في طريق الاختيار. فإذا تم استبدال المحظورات والاشتراطات بالحوافز والوكزات؛ فهذا ينعكس على الحكومة؛ ما يجعلها أكثر تطوراً وأقل إنفاقاً. والفكرة ليست الدعوة إلى حكومة أكبر، إنما الدعوة إلى حكومة أذكى وأفضل".[5]

إن أفكار الاقتصاد السلوكي ليست مجرد طريقة وردية في التفكير؛ فأبحاث الاقتصاد السلوكي- في الواقع- قدمت أدلة على هذا التفاؤل؛ فعند تطبيق الحرية الأبوية على الادخار؛ وجدت قبولاً ودعماً وحماسة على نطاق واسع من الحزبين في الكونغرس الأمريكي، بما في ذلك أعضاء مجلس الشيوخ الجمهوريون المحافظون الحاليون والسابقون، والديمقراطيون الليبراليون على حد سواء. ففي عام 2006 تم تطبيق بعض الأفكار الرئيسية للاقتصاد السلوكي على قوانين صدرت بالفعل؛ فالقانون الجديد سيساعد الكثير من المواطنين الأمريكيين على الحصول على معاشات تفي باحتياجاتهم ولن تكلف دافعي الضرائب شيئاً.[6]

وفي الاستعانة بالاقتصاد السلوكي في الحكومات لن يكون الأمر مجرد ملمح من ملامح تغير دور الدولة فحسب، بل تغير في آليات الإدارة داخل الدولة، وخاصةً أن أبحاث هذا العلم أثبتت نظرية "التغير في دور الدولة"، وما حدث في الولايات المتحدة

وإنجلترا هي المرة الأولى التي يتدخل فيها رجل أكاديمي يمثل العلم بين الأطياف السياسية المختلفة ويجمعهما عند نقطة واحدة يتفقان عليها، ويطلق على ذلك اصطلاحاً Triangulation.[7]

إن شعبية علم الاقتصاد السلوكي -فيما بين السياسيين- تشير إلى تغير نوعي جذري فيما سبق العمل به في السياسة، ويدحض نظريات مثل "العصا والجزرة"، أو "الضرائب"، أو "التنظيم المجرد"؛ فقد بدأ فكر جديد في السياسة يتشكل ويتقولب علماً تطبيقياً؛ إذ بات بمقدور الحكومات أن تؤثِّر في سلوكيات الأفراد بغير تدخُّل بيروقراطية المركزية.

وعملية تدخّل الحكومة تتم ببساطة؛ فأولاً: التأكد من اصطفاف المواطنين بشكل معين تجاه أمر ما، وتكوين نموذج سلوكي. ويأتي الاقتصاد السلوكي فيعمل على إيجاد العنصر الغائب في إصلاح النموذج؛ فتضعه الحكومة، ومن ثم يتحقق الهدف الاجتماعي والاقتصادي المنشود.

إن ما يريد أن يرسخه الاقتصاد السلوكي، هو أنه لا يجب ترك الناس يُجرُون اختيارات خاطئة وسيئة تؤثر في المجتمع، بل يجب دفعهم إلى الطريق الصحيح. فتدخُّل الدولة عن طريق سَنِّ القوانين، أو الإلزام لم يَعُدْ هو المنهج الأفضل؛ إذ يجب أن تستعيد الدولة قوتها الناعمة، وتبسط نفوذها بما يرسم رؤيتها الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع؛ فتعمل الحكومات على تحريك الجموع في الاتجاه النافع بغير عقوبات أو حظر أو فرض أي نوع من أنواع الولاية.

إن الوعي السياسي المتزايد للشعوب، والمعرفة الإنسانية التي تتضاعف يوماً بعد يوم، واتساع إدراك البشر، تستدعي ذلك الاهتمام باكتشاف طريق ثالث حقيقي يختلف كلية عن المعتاد والمألوف، وخير مثال على هذا الطريق الثالث الذي يقدمه الاقتصاد السلوكي: ما قام به أوباما أثناء دعايته الانتخابية؛ إذ اقترح على الناس للحد من استهلاك الوقود، وحماية البيئة أن يحافظوا على ضغط الهواء الصحيح في إطارات سياراتهم بقوله:

"إن خَمس دقائق لضبط هواء الإطارات توفر 3٪ من استهلاك الوقود في الدولـة سـنوياً"، لكن منافسه الجمهوري جون ماكين سخر منه بقوله: "هذه خطة أوباما للطاقة".[8]

إن ما قام به أوباما من وكز هو نموذج للحرية الأبوية؛ فمن حق أي إنسان ألا يضبط هواء إطارات سيارته، ولكن بمنطق الأب يُسدِي أوباما النصح، وهذا بالاستناد إلى علـم الاقتصاد السلوكي الذي توصَّل إلى أن أحد أهـم أسـباب زيـادة التلـوث، هـو أن النـاس ليسوا على بيِّنة من التكاليف –الاقتصادية أو البيئية– التي تنتج جرَّاء استخدامهم الطاقة.

ونقد ماكين هو مثال جيد على خطأ "الوكز المضاد"، والاعتراض التقليدي على كل فكر جديد؛ إذ لم يقل أحد إن حل مشاكل الطاقة في العالم سيكون عن طريق ضـبط هـواء الإطار، إنما السؤال للمعترضـين الذين يدعون أن ذلك تبنٍّ لفكرة الدولـة الجليسـة The Nanny State، أو الدولة المزدوجة au Pair State. وما الضـرر من أنه بتكلفة قليلة جداً، وتقديم معلومة بصورة جديدة وبمنهج لطيف وفاعل يحافظ على حرية الاختيـار، يمكـن إنقاذ ملايين اللترات من البنزين، والحفاظ على البيئة. وفي النهاية، يصب هـذا في مصـلحة الدولة والمواطنين، ويحافظ على رأس المال الاقتصادي والاجتماعي.[9]

يفضِّل غالبية الناس في المجتمع المعاصـر حرية الاختيـار، ويرفضـون أي نـوع مـن أنواع الوصاية، أو الفكر الأبوي؛ انطلاقاً من أن البشـر وهم يتخذون القـرارات يقومـون بعمل رائع، وإن لم يكن رائعاً فعلى الأقل أفضل من أي شخص آخر يَفرِض عليهم الولاية أو الوصاية (خاصة، إذا كان هذا الآخر يعمل في الحكومة)، ويريدون من الحكومة السماح للناس بالاختيار لأنفسهم. والسـياسة النموذجية التي ينصح بها الاقتصاد السلوكي تنبـع من هذا الفكر، وهي إعطاء الناس العديد من الخيارات المتاحة قدر الإمكـان، ثـم السـماح لهم باختيار الخيار الذي يحلو لهم ويتفق مـع رغبـاتهم (مـع الحـد مـن تـدخل الحكومـات بالطرق التقليدية واللجوء إلى الوكز قدر الإمكان).

وتتمثل وجاهة تطبيق الاقتصاد السلوكي في أنه "يقـدم حـلاً بسـيطاً للكثـير مـن المشاكل المعقدة بمجرد زيادة عدد الخيارات المتاحة وأنواعها فحسب. وقد تم تطبيق هـذه

السياسة في العديد من المجالات؛ في التعليم، وخطط المدخرات التعاقدية والمعاشات، بل في وصفات الأدوية. ففي بعض الأمور تُعَدُّ زيادة الخيارات أمام الناس بمنزلة جوهر العملية السياسية، وأحياناً يُعتقد أن البديل الوحيد لهذا الفكر هو فرض ولاية الحكومة على الناس بدعوى "مقاس واحد يناسب الكل"! أما أولئك الذين يُفضِّلون مجرد تعظيم خيارات وزيادتها فلا يدركون أن هناك مجالاً واسعاً بين سياستهم والوصاية الواحدة؛ فهم يعارضون الأبوية والرقابة، ويشككون في دور وأهمية الوكز، وشكوكهم ورفضهم يستندان إلى افتراض زائف وإلى اثنين من المفاهيم الخاطئة.

أمَّا الافتراض الزائف فهو أن غالبية الناس في أغلب الوقت يتخذون أفضل القرارات ويختارون ما يناسبهم حقاً، أو على الأقل، أفضل من الخيارات التي تُقدَّم لهم من شخص آخر. ونقول إن هذا الافتراض هو افتراض خاطئ، والخطأ واضح للعيان، وفي الواقع نحن لا نعتقد أن أي شخص يفعل الصواب دوماً.[10]

وللتدليل على ذلك، لنفترض أن شخصاً مبتدئاً في لعبة الشطرنج دخل في مباراة مع لاعب ذي خبرة، وكما هو متوقَّع: المبتدئ سيخسر المباراة تماماً؛ لأنه اتخذ خيارات لا تتناسب معه، ويمكن تحسين الخيارات بسهولة مع بعض النصائح المفيدة. فيُعَدُّ المستهلكون العاديون مبتدئين في العديد من المجالات، وتكون النتيجة لتفاعلهم مع العالم المأهول بالمحترفين هي محاولة ابتياعهم الكثير من السلع.

والقول بشكل أعم، السؤال بشأن (كيف يختار الناس؟) هو سؤال تجريبي يختلف اختلافاً جذرياً باختلاف المجالات. إن خيارات الناس الجيدة تأتي في سياق خبراتهم المتراكمة، والمعلومات الجيدة المتاحة لديهم، ورد الفعل الفوري للاختيار. ونأخذ مثالاً على ذلك الاختيار بين نكهات الآيس كريم؛ حيث يعرف الناس ماذا يفضلون: الشكولاته، أم الفانيليا، أم القهوة، أم أي شيء آخر؟ لكنهم يختارون بطريقة أقل كفاءة في السياق الذي يفتقرون فيه إلى الخبرة أو المعلومات الكافية. وهناك حالات تكون ردود أفعالهم بطيئة، أو بغير السرعة المطلوبة في اتخاذ القرار، فعندما تكون المفاضلة بين الفواكه

و"الآيس كريم" (حيثما تكون الآثار الطويلة الأجل بطيئة، وردود الفعل فقيرة)، أو عند المفاضلة بين العلاجات الطبية المختلفة أو الخيارات الاستثمارية؛ فالأمر معقد بعض الشيء.

فإذا ما قُدِّم لشخص خمسون خطة مختلفة لوصفات أدوية تتضمن مميزات متعددة ومتفاوتة فقد يستفيد منها مع بعض المساعدة، وطالما أن الناس لا يختارون جيداً دائماً؛ فإن بعض التغييرات في هندسة الاختيار قد تجعل حياتهم أفضل (وهذا بناءً على حكمهم هم شخصياً؛ لأنه يفي بتفضيلاتهم الخاصة). وتؤكد تطبيقات الاقتصاد السلوكي أنه من الممكن تصميم "هندسة الاختيار" بطريقة تجعل حياة الناس أفضل في الكثير من الحالات بمنتهى السهولة.

أما الاعتقاد الخاطئ الأول فهو أنه يمكن تَجنُّب التأثير في اختيارات الناس، في حالات كثيرة يجب على المؤسسات تقديم بعض الخيارات التي تؤثر في سلوك الأشخاص، وهنا لا يمكن تجنب الوكز في اتجاه معين، سواء كانت هذه الوكزات مقصودة أو غير مقصودة؛ فلا شك في أنها سوف تؤثر فيما سيختاره الناس. وكما تبين، فإن اختيارات الناس تتأثر بالعناصر التي يختارها مصمم الاختيار في تصميمه. وبعض الوكزات غير مقصودة، مثلاً، قد يفاضل أصحاب الأعمال بين أن يدفعوا رواتب الموظفين شهرياً، أو كل أسبوعين دون قصد لأي نوع من الوكز، لكنهم قد يفاجؤوا باكتشاف زيادة معدلات إدخار الموظفين عند دفع المرتب كل أسبوعين؛ لأن مرتين سنوياً سيحصل الموظف على ثلاثة شيكات في شهر واحد. نعم، تسعى المؤسسات العامة والخاصة إلى تحقيق شكل من أشكال الحياد، مثل التحديد العشوائي، أو محاولة معرفة ما يريده معظم الناس.[11]

قد يتقبل الناس الفكرة بسعادة عندما تقدمها المؤسسات الخاصة، لكنهم يعترضون بشدة على جهود الحكومة للتأثير في اختيار الناس لتحسين صحتهم وحياتهم؛ فيشعرون بالقلق من الحكومة؛ حيث لا يمكن الوثوق بها في هذا الأمر، ولا تختص به، وهي ليست طرفاً جيداً في أي معادلة. هم يخشون المسؤولين المنتَخَبين والبيروقراطيين الذين سيضعون

مصالحهم الخاصة في المقام الأول، أو الاهتمام بالأهداف الشخصية لمجموعات خاصة. وتتحيز الحكومات لخططها بغض النظر عن مدى صحتها، وتتجاوز الدور المنوط بها أحياناً. والاقتصاد السلوكي يفضل الوكز عن إصدار الأوامر وفرض الشروط والمحظورات كجزء من هذا السبب. والحكومات تفعل ذلك كل يوم من خلال ما تصدره من قواعد وبطرق تؤثر حتماً في بعض الخيارات والنتائج.

والاعتقاد الثاني الخاطئ، هو أن فكرة "الأبوية" تنطوي دائماً على الإكراه؛ ففي المقصف -مثلاً- عندما ينحصر الأمر في اختيار ترتيب وضع الطعام في نظام معين فحسب، بدون فرض نظام غذائي معين على أي شخص، لكن من يعملون في إدارة مقاصف الأطفال قد يحددون بعض الترتيبات لعرض المواد الغذائية، وهذا هو الأساس في استخدام مصطلح "الأبوية". والسؤال: هل يعترض أحد على وضع الفواكه والخضروات قبل الحلويات في مقاصف المدارس الابتدائية، إذا كان الهدف هو وكز الأطفال وحثهم على تناول المزيد من التفاح وحلويات أقل؟ وهل هذا السؤال يختلف اختلافاً جوهرياً إذا كان الزبائن مراهقين أو بالغين؟ فطالما أنه لا يوجد إكراه بشكل من الأشكال؛ فإننا نعتقد أن بعض أنواع الأبوية يجب أن يكون مقبولاً حتى إلى أولئك الذين يُعظِّمون حرية الاختيار.

ويقدم الاقتصاد السلوكي مجموعة من الاقتراحات المحددة التي تتماشى مع النهج العام الذي يتبناه في مجالات مختلفة مثل الادخار، والتبرع بالأعضاء، والزواج، والرعاية الصحية. ومع الإصرار على مبدأ أن الاختيارات يجب أن تكون مفتوحة وغير مقيدة، وأنه سيتم تقليل المخاطر المترتبة على عدم الكفاءة في تصميم السياسات؛ فالحرية في الاختيار هي صمام الأمان ضد سوء هندسة الاختيار.[12]

المبحث الثاني: مجالات تطبيق الاقتصاد السلوكي

تم تطبيق أفكار الاقتصاد السلوكي على مختلف المجالات، بما في ذلك التمويل، والصحة، والطاقة، والسياسة العامة، والتسويق الاستهلاكي. وقدم روري ساذرلاند

لقُرَّائه – كأحد الممثلين لمجال التسويق– وجهة نظره حول الاقتصاد السلوكي في مجموعة من النقاط، فيقرر أن التغييرات الصغيرة لها تأثيرات كبيرة. وأن علم النفس من العلوم المهمة للغاية. ولا يستطيع الناس تفسير سبب تصرفاتهم، أو ماذا يريدون على وجه التحديد دائماً. وأن التفضيلات نسبية واجتماعية وتتأثر بالسياق العام وليست مطلقة. والثقة أيضاً ليست مطلقة، ولا تتوافر دائماً، والالتزام من الأمور المهمة حقاً. وفي أغلب الأحيان يرضى الناس بما يقدم لهم.

وقد اتضحت الآن أهمية العلوم السلوكية في سوق العمل؛ حيث تتطلع المنظمات –على اختلاف أنواعها– بدءاً من المؤسسات المالية، وانتهاءً بالوكالات المعنية بأبحاث السوق ومقدِّمي الرعاية الصحية، إلى توظيف المتخصصين في الاقتصاد السلوكي. وقد يرى البعض أن فائدته قد تكون خيالية عابرة في المجالات المعتمدة على الإبداع أو الاستثنائية، لكن هذه النظرة تنتقص من أهمية هذا العلم؛ لأن السعي إلى المعرفة هو عملية تدريجية، وخاصة في مجال العلوم الاجتماعية. والأهم من ذلك، أن مجال الاقتصاد السلوكي لا يزال في مهده، لكن المؤكد أنه وجد ليبقى.

ولم يعد الأمر في نشر المعرفة من برج عاجي إلى الناس، والتي تكون مدعومة بالكتب العلمية المبسطة ويكتبها العلماء المتخصصون في الاقتصاد وعلم النفس والسياسة العامة. وتتباين المؤلفات ما بين المنهج الوصفي إلى الجانب العملي. وقد نشر "يوري جنيزي وجون ليست" كتاباً بعنوان: "محور لماذا: الدوافع الخفية والاقتصاديات غير المعروفة للحياة اليومية The Why Axis: Hidden Motives and the Undiscovered Economics of Everyday Life"، وهذا الكتاب يوثِّق التجارب الميدانية التي تُظهِر: كيف يمكن للحوافز أن تغيِّر النتائج في العالم الحقيقي؟[13]

ويتناول الخبير بريان وانسينك مشكلات "التناول الطائش للطعام" في كتابه "الرشاقة بالتصميم: حلول لمشكلات التناول الطائش للطعام في الحياة اليومية Slim by Design: Mindless Eating Solutions for Everyday Life". وقدم العالم السلوكي

بول دولان كتابَ "السعادة بالتصميم: غيِّر ما تفعله، لا كيف تفكر Happiness by Design: Change What You Do, Not How You Think"، ويقدم فيه علم السعادة وطرق تحقيقها.[14]

وكتب ريتشارد ثالر "إساءة التصرف: صناعة الاقتصاد السلوكي" Misbehaving: The Making of Behavioral Economics،[15] يقدم النواحي العملية لتطبيق الاقتصاد السلوكي على ظواهر الحياة اليومية، ويُقدِّم لقرائه رؤيته حول اتخاذ أفضل القرارات. وأخيراً كتاب دان آريلي الجديد "مدى عدم عقلانيتك: في فقدان الجوارب، وخطوط الالتقاط، وغيرها من الألغاز الوجودية Irrationally Yours: On Missing Socks, Pickup Lines, and Other Existential Puzzles"، وعنوان الكتاب بالطبع يتحدث عن نفسه.[16]



منذ أن بدأ الاقتصاد السلوكي في الظهور؛ فإنه كمجال تزدهر دراسته يوماً بعد يوم، وتتجلى الآثار البعيدة المدى للاقتصاد السلوكي تدريجياً، واتساع نطاق تطبيق العلوم السلوكية

يعد دليلاً على أهميته. أما القضايا المتخصصة التي تنشرها المجلات العلمية الدولية فتشير إلى الاهتمام المتزايد به واعتباره نقطة التقاء بين التخصصات العلمية المختلفة.

أولاً: الاقتصاد السلوكي والرعاية الصحية

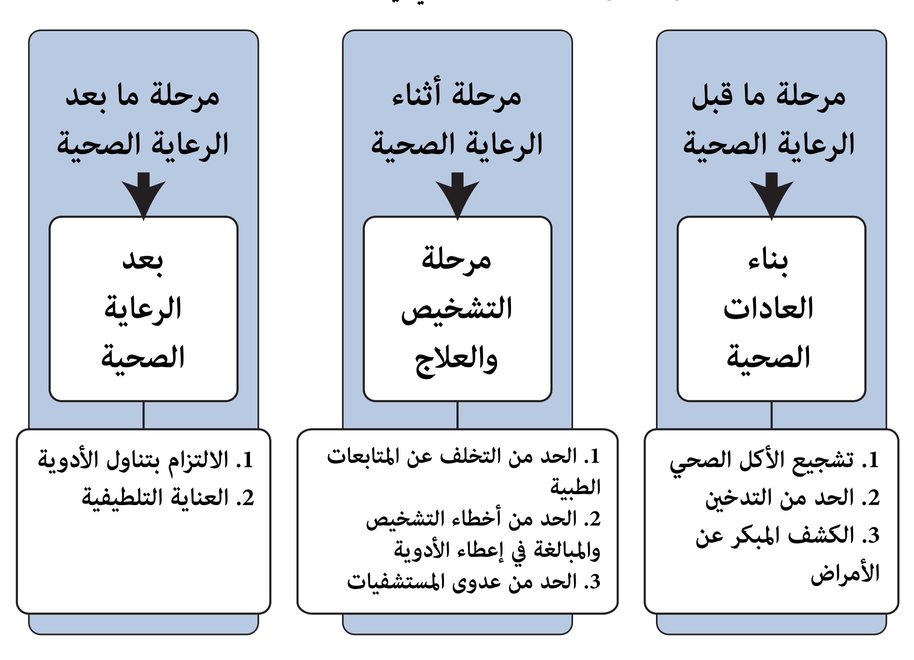
يؤكد العالم رالف إل كيني Ralph L.Keeney أن السبب الرئيسي للموت ليس الأمراض ولا التدخين أو السمنة، إنما السبب الرئيسي في الموت هو القرار الشخصي، وأن عجز الناس عن اتخاذ خيارات ذكية، وعدم القدرة على السيطرة على التصرفات يؤديان إلى التدمير الذاتي. وفي دراسته قام بتحليل الأسباب الطبية للموت على أساس كل فئة من القرارات الشخصية مثل، التدخين، وعدم ممارسة الرياضة، وعدم تطبيق إرشادات السلامة أثناء قيادة المركبات، واختيار نظام غذائي سيئ. وأظهرت الدراسة ارتفاعاً ملحوظاً في حالات الوفاة نتيجة للقرارات الشخصية. وأوضحت النتائج الرئيسية للدراسة أن أكثر من مليون شخص (من أصل 2.4 مليون متوفى)، يموتون مبكراً كل سنة، في الولايات المتحدة الأمريكية، لأسباب تُعزى إلى القرارات الشخصية.[17]

ويؤكد العالم دان أريلي Dan Ariely، في كتابه "التوقع غير العقلاني Predictably Irrational"، أن التحسين الحقيقي في متوسط العمر المتوقع، ونوعية الحياة، ليست في مجال تكنولوجيا الطب، بقدر ما هي في تحسين عملية اتخاذ القرار. ولمعرفة مدى الإفادة من تطبيقات الاقتصاد السلوكي في مجال الرعاية الصحية، نلقي الضوء على ما قام به الدكتور كيفين فولب Kevin Volpp، الطبيب بجامعة وارتون في بنسلفانيا، وهو مدير ومؤسس مركز المحفزات الصحية والاقتصاد السلوكي Center for Health Incentives and Behavioral Economics، وتركز أبحاثه حول تقديم الرعاية الصحية بالاستناد إلى الأدلة البحثية، وضمان تناول المرضى لأدويتهم ومساعدة المرضى على اختيار أفضل الخطط الصحية. ومساعدة المرضى والأطباء والشركات على حد سواء لاتخاذ أفضل القرارات.[18]

وقد تعاون فولب مع شـركات عدة منها "جنرال إلكتريك"؛ إذ أراد مجلس إدارتهـا حل مشكلة التدخين لتأثيرها السلبي في المـوظفين، فـأجرى تجربـة عشـوائية، بنيـت عـلى تقسـيم الموظفين المدخنين إلى مجموعتين: المجموعة الأولى، تـم إعطـاء كـل موظـف 250 دولاراً إذا توقف عن التدخين لمدة 6 أشـهر و400 دولار إذا توقـف لمـدة 12 شـهراً. بيـنما المجموعة الثانية، طلب منها التوقف عن التدخين بدون أي حوافز. وأسفرت النتائج عـن أن المجموعة الأولى كان معدل نجاح أعضـائها في التوقـف عـن التـدخين حـوالي ثـلاث أضعاف المجموعة الثانية. واستمر التأثير بعد توقف الحوافز لمدة 12 شهر.[19]

شكل (1-7)

مراحل تدخل الاقتصاد السلوكي في مجال الرعاية الصحية



المصدر: "تطبيقات الاقتصاد السلوكي في المجال الصحي، شـركة هوز ص 12 (بتصـرف الباحث)".

وفي تجربة أخرى قام بها العالم فولب مع شـركة أخرى حول الإقلاع عـن التـدخين أيضاً، وفي هذه التجربة قسم الموظفين إلى ثلاث مجموعات: الأولى، يحصل فيها الموظفـون على مواد تعليمية ومساعدات علمية مجاناً. والثانية، مكافآت مقـدارها حـوالي 800 دولار على مدار ستة أشهر، في حين تضمنت الثالثة، الإلحاق ببرنامج الودائع، وفيه يودع الموظف المدخن 150 دولاراً من أمواله، وإذا أقلع عن التدخين يسترد أمواله مضـافاً إليهـا مكافـأة بقيمة 650 دولاراً. وما أثبت فاعليته في المجموعات الثلاث كان برنامج الودائع.

وهناك تطبيقات الاقتصاد السلوكي في شأن السمنة وما تمثله من تكلفة للفرصـة البديلة، فإذا لم ينقص الشخص وزنه فإن البـديل هـو الإنفـاق عـلى علاجـه في المسـتقبل. وأجري بحث بمعرفة العالم فولب لإنقـاص الـوزن وممارسـة الرياضـة وتمثـل في مكافـأة المرضـى الذين ينجحون في إنقاص وزنهم بمنحهم جوائز وإيـداع مبـالغ ماليـة للتحفيـز، وبالفعل نجحت التجربة في تحفيز المشـاركين عـلى إنقـاص وزنهـم بنسـب تفـوق الطـرق التقليدية في إنقاص الوزن. وإحدى الدراسات عام 2016 بإشـــراك المرضـــى في برنـامج التعافي بالمشـــي 7000 خطـوة يوميـاً لمـدة 26 أسـبوعاً، وتـم تقسـيم المشـاركين إلى أربـع مجموعات، وتأكدت فكرة ما للحوافز المالية من قوة في تشجيع الناس على المشي.[20]

وفي عالمنا العربي يمكن الإشارة إلى ما قامت به إمارة دبي بدولـة الإمـارات العربيـة المتحدة، حيث أطلقت مبادرة تهدف إلى نشـر أسلوب حياة صحي بين المواطنين، والقضاء على السمنة، وتشجيع المواطنين على إنقاص أوزانهم بحملـة "وزنـك ذهـب"، وشـملت تقديم مكافأة تتمثل في جرام من الذهب مقابل كل كيلـوجرام ينقصـه المـواطن مـن وزن جسمه، ويحصل أعلى ثلاثة خاسـرين لأوزانهم على عملات ذهبيـة تقـدر بنحـو 20 ألـف درهـم.

ووفقاً لإحدى الدراسات، فإن ثلاثة من كل أربعة أمـريكيين لا يأخـذون أدويـتهم وفقاً للتعليمات، وأن 49٪ ينسون أخذها، حتى بعد تعرضهم لأمراض تهدد حياتهم، مثـل النوبات القلبية. وفي كل عام، يتسبب عدم الالتزام بتناول الأدوية في 125 ألف حالة وفاة،

ويتكلف نظام الرعاية الصحية ما يقرب من 289 مليار دولار. فقامت شركة Wellth بمنح مكافأة للمرضى على تناول أدويتهم بانتظام لمساعدتهم على إدارة أنفسهم؛[21] وذلك من خلال تطبيق تكنولوجي على الهواتف الذكية، وبعد تسجيل المريض بياناته تودع الشركة في حسابه الشخصي مبلغ 150 دولاراً، ويحتفظ بالمبلغ إذا واظب على تناول أدويته لمدة ثلاثة أشهر. وفي كل صباح، ترسل الشركة رسالة لتذكيره بتناول الدواء، وأن يسجل فيديو لنفسه وهو يتناول الدواء، فإذا نسي ترسل له على مدار اليوم رسائل نصية عدة ، وإذا مر اليوم بالكامل دون تناول الدواء، يخسر دولارين من حسابه.[22] وإذا تجاهل تناول الدواء لأيام عدة متتالية يفقد دولارين يومياً، ويتلقى أيضاً مكالمة هاتفية. أما إذا حافظ على تناول دوائه فيحصل على المبلغ كاملاً.

ومن الجوانب التي يتعرض لها الاقتصاد السلوكي في مجال الرعاية الصحية، التخلف عن مواعيد المستشفى، وهذا يكلف الدول أموالاً كثيرة. وفي بريطانيا على سبيل المثال، تصل التكلفة إلى 1.8 مليار جنيه إسترليني. وفي الولايات المتحدة الأمريكية يكلف حوالي 290 مليار دولار سنوياً، أي أكثر من 11٪ من إجمالي مبلغ الرعاية الصحية وقيمته 2.5 تريليون دولار. ومعدلات عدم الانتظام في زيارات الطبيب تتراوح ما بين 20٪ و30٪.[23] وتُشكِّل التذكيرات أكثر الوكزات استعمالاً للحفاظ على المواعيد، وفي سبيل تسهيل عملية تغيير المواعيد يتعين الالتزام بالمواعيد التي تم تغييرها، في حين يؤدي تأكيد نية الشخص الالتزام بالموعد إلى زيادة الالتزام بالمواعيد (مثل: هل يمكن الاتصال بنا إذا أردت تأكيد الحضور في الموعد).[24] وأجريت تجربة على أحد الاقتراحات، وتمثلت في قيام موظف حجز المواعيد بسؤال المريض عن وقت الموعد المناسب لحضوره وتاريخه، بدلاً من اقتراح موعد بحسب إمكانية الجدول. وبعد الترتيب المبدئي، يقوم الموظف مرة أخرى وقبل إنهاء المكالمة بسؤال المتصل من باب تأكيد وقت الموعد وتاريخه، وكانت النتيجة تحسن الالتزام بالمواعيد بما يقارب 7٪، وتمثل حوالي 126 مليون جنيه إسترليني.[25]

وقد تختار المؤسسات التي تعتمد على تأكيدات المواعيد أن توظف وكزة الاختيارات المفروضة في مختلف مراحل عملية تحديد المواعيد. وفي دراسة بحثية قامت بها

دائرة الصحة الوطنية في المملكة المتحدة، استخدمت وكزتي الالتزام والأعراف الاجتماعية وسيلتين للتدخل. وكان تدخلهم بوكزة الالتزام المسبق التي تألَّفت في أن يقوم المرضى أنفسهم بتدوين معلومات حول مواعيدهم. واعتبر الباحثون أن هذا من شأنه أن يُزِيد من بروز المعلومات والالتزام من خلال المشاركة الشخصية. وتم التواصل بواسطة الأعراف الاجتماعية من خلال وضع علامات تُظهِر عدد المرضى الذين التزموا بمواعيدهم في الأشهر السابقة، وهذا الجمع بين هاتين الوكزتين أدى إلى التقليل من عدم الالتزام بالمواعيد الطبية بنسبة 30٪.[26]

ثانياً: الاقتصاد السلوكي والتبرع بالأعضاء

أجريت أول عملية ناجحة لزراعة الأعضاء عام 1954، عندما تبرع رجل لشقيقه التوأم بكليته. وأول عملية زرع كلى من متبرع متوفى عام 1962. ومنذ ذلك الوقت حتى عام 1988 لم يطرأ الكثير من التطور على عمليات زرع الأعضاء. ومنذ عام 1988 تم اجراء أكثر من 360.000 عملية زرع أعضاء، 80٪ منها جاءت من متبرعين متوفين. والمؤسف أن الطلب على الأعضاء في تزايد مستمر ولا يقابله زيادة في العرض. وفي يناير 2006 كان هناك أكثر من 90.000 أمريكي على قوائم انتظار الأعضاء ومعظمهم يبحثون عن كلى. وفي حال عدم إجراء الزرع لهم فإن 60٪ منهم سيلقون حتفهم. وقائمة الانتظار في تزايد مستمر وتنمو بمعدل 12٪ سنوياً. ويأتي المصدر الرئيسي للأعضاء من أولئك المرضى المتوفين إكلينيكياً، وهو ما يعرف بموت الدماغ؛ فهم من الناحية الطبية يعانون حالة لا شفاء منها وهي التوقف الكامل لوظائف المخّ. ففي الولايات المتحدة الأمريكية هناك ما بين 12000 و15000 حالة موت الدماغ أو متبرعين محتملين، إلا أن المتبرعين الفعليين أقل من النصف. وكل متبرع يقدم ثلاثة أعضاء، ومن ثم فإن ألف متبرع ينقذون حياة ثلاثة آلاف إنسان. إلا أن العقبة الرئيسية أمام ذلك هي الحاجة إلى الحصول على موافقة أهل المتبرع من الأحياء. ومن ثم فإن تغيير القاعدة القانونية يمكن أن ينعكس إيجابياً على الأعضاء المتاحة للتبرع وإنقاذ آلاف الأرواح.[27]

تتبنى معظم الولايات في أمريكا قاعدة الموافقة الصريحة. وهذا يعني أنه لإتمام عملية التبرع لا بد من اتخاذ خطوات ملموسة وواضحة ليثبت الشخص أنه راغب في التبرع بأعضائه حال وفاته. صحيح أن هناك الكثير من الأفراد لديهم الاستعداد والنية للتبرع بأعضائهم إلا أنهم لا يتخذون خطوات حقيقية في تحويل هذا الاستعداد إلى واقع. وفي الدراسة التي أجراها شيلدون كورتز ومايكل ساكس على سكان ولاية ايوا أكدت هذا الأمر؛ إذ توصلت الدراسة إلى أن 79٪ ممن جرى استطلاع آرائهم مؤيدون لعملية زرع الأعضاء ويرغبون في التبرع بأعضائهم وأعضاء أبنائهم (مع ملاحظة أن الظروف المأساوية المصاحبة لحالات الوفاة تحول دون حرية إرادتهم في اتخاذ القرار ومن ثم يشوبه بعض عيوب الإرادة). إلا أن هذه الرغبات الطيبة لم تترجم إلى خطوات جدية ملموسة. ومن بين هؤلاء الذين أعربوا عن تأييدهم ورغبتهم في التبرع بأعضائهم 43٪ فقط منهم وضع علامة موافق على التبرع في استمارات استخراج الرخصة، ومن هذه المجموعة 64٪ فقط منهم أثبت ذلك في رخصة القيادة، و36٪ منهم استخرج بطاقة التبرع بالأعضاء.[28]

وبناءً على ما سبق، فإن اتخاذ خطوات جدية ملموسة لتسجيل المواطن كمتبرع لأعضائه ضرورة تقف حجر عثرة في طريق تسجيل المتبرع المحتمل؛ فالعديد من الأفراد -بالرغم من أن لديهم النية والرغبة في التبرع- فإنهم لا يسجلون أنفسهم. وهذا السلوك ينصرف إلى العديد من المجالات. فالقاعدة القائمة لا تشجع على التبرع بالأعضاء ويلعب الجمود Inertia تأثيره في ذلك. ومن ثم فإن التغيير في هندسة وبناء الاختيار قد يؤثر إيجابياً في حجم الأعضاء المتاحة للتبرع. وهذا لن يقف دوره على إنقاذ حياة آلاف المرضى، بل يفي بمتطلبات المتبرعين المحتملين".[29]

ويمكن لمهندس الاختيار أن يجبر الناس على الاختيار بطريقة مستترة ودونما العبث بحرياتهم، ويطلق ثالر وكاس على هذا الطريق الاختيار المطلوب required choice، أو خيار التفويض mandate choice، والمثال الجيد لهذا الاختيار هو في مجال "التبرع بالأعضاء". وفي دراسة قام بها (جونسون وآخرون) تبين قيام بعض الدول بوضع نظام "حرية الخروج" الذي بني على الموافقة المفترضة presumed consent، بمعنى أن السائقين حال

استخراجهم رخص قيادتهم يتم تسجيلهم في السجلات بحسبانهم متبرعين محتملين بأعضائهم حال الوفاة -لا قدر الله- ومن لا يريد التبرع يتعيَّن عليه أن يعلن ذلك.[30]

وبالطبع، هذا النهج ساعد بقوة على زيادة عدد الأعضاء المتبرعين بأعضائهم الذين يعتَبرون موافقين ضمنياً على التبرع بأعضائهم. لكنَّ بعض الناس يعارضون هذا التصرف ويرون أن الحكومة يجب ألا يكون لها سلطان بأي شكل من الأشكال على أعضائهم. فإذا لم يرغب الناس في التبرع بأعضائهم حال الوفاة؛ يتعين أن يطلبوا الخروج من النظام، وقد ترتب على التسجيل التلقائي للتبرع بالأعضاء ارتفاع معدلات التبرع.

ولتعديل الأمر بما يأخذ في الاعتبار وجهة نظر الفريق الذي يرى أن هذا التصرف غير مقبول من جانب الحكومة، قامت ولاية إلينوي في الولايات المتحدة الأمريكية بتصرف فاعل وبسيط، وهو عندما يتم تصوير طالب الحصول على رخصة قيادة يُوجَّه إليه سؤال: هل تود أن تتبرع بأعضائك حال الوفاة؟ وذلك قبل الحصول على الرخصة. ونتيجة لهذه السياسة زاد عدد المتبرعين ليصبح 60٪ من طالبي استخراج رخص القيادة مقارنة بنسبة 38٪ في باقي الولايات،[31] ومن ثم أصبح اختيار المتبرع المحتمل اختياراً صريحاً وليس ضمنياً. وعند الحديث عن الحوافز في هذا الأمر، فإن مقابل موافقة السائق على اعتباره متبرعاً بأعضائه، فإن له الأولوية في الحصول هو على أعضاء إذا ما احتاج إلى زراعة أي عضو.[32]

بفضل التجربة التي أجراها إريك جونسون ودان جولدشتاين عام 2003 تم التوصل إلى الطريقة التي يفكر بها الناس حيال فكرة "القاعدة القائمة". إذ إنه باستخدام استطلاع على الإنترنت طلب الباحثون من الناس بطرق مختلفة بيان إذا ما كانت لديهم الرغبة في التبرع بأعضائهم من عدمها. وبالطبع كما هو متوقع فإن القاعدة القائمة تعني الكثير. ففي الحالة الأولى، وهي الموافقة الصريحة 42٪ فقط قرروا برغبتهم في التبرع. بينما في الحالة الثانية، وهي الموافقة المفترضة 82٪ من المشاركين وافقوا على ذلك.[33]

إن القاعدة القائمة تقريباً في كل الولايات في أمريكا تشترط الموافقة الصريحة. إلا أن الكثير من بلدان أوروبا وضعت قوانينها على اعتبار أن القاعدة القائمة هي الموافقة المفترضة (على الرغم من أن تكلفة الانسحاب من هذا البرنامج مختلفة من حالة إلى أخرى، وتكلف أكثر من مجرد ضغطة زرّ). وقام جونسون وجولدشتاين بتحليل آثار مثل هذه القوانين بين الدول المختلفة ذات الموافقة المفترضة ومقارنتها بالدول ذات الموافقة الصريحة. وكانت معدلات الموافقة هائلة.

ولمعرفة مدى قوة وأهمية القاعدة القائمة، نلقي النظر على معدلات الموافقة في دولتين متشابهتين. ألمانيا والنمسا. ففي ألمانيا التي تستخدم نظام إلزامية التسجيل أعطى 12٪ فقط من مواطنيها الموافقة على التبرع بأعضائهم. بينما في النمسا أعطى كل المواطنين تقريباً موافقتهم والنسبة 99٪. ونسبة الموافقة على التبرع لا تصل إلى 5٪ في الدنمارك، لكنها تتجاوز 85٪ في السويد.[34]

ثالثاً: الاقتصاد السلوكي والتعليم

لم يَلْقَ مجال التعليم الكثير من اهتمام علماء الاقتصاد السلوكي مقارنةً بالمجالات الأخرى، ومع ذلك فإن التعليم يقدم مجموعة كبيرة من التحديات السلوكية التي أثارت اهتمام العلماء وصناع القرار مؤخراً.[35] سواء كان الأمر يتعلق باختيار المدرسة المناسبة للطفل، أو الخيارات اليومية حول الواجبات المنزلية للطلاب. ويُعَدُّ مجال التعليم من المجالات الخصبة في اتخاذ القرارات التي يجب اتخاذها وبدقة، سواء من جانب طلاب المدارس، أو التعليم العالي والجامعي، أو من جانب الآباء. وتركزت دائماً المشكلة السلوكية الرئيسية في مجال التعليم على الدوافع، أو ما يسميه علماء الاقتصاد السلوكي: التفضيلات المتحيزة للوقت الراهن present -biased preferences، وبهذا المنطق، فإن الناس يقدِّرون العوائد الفورية أكثر من المكاسب التي يمكن تحقيقها في المستقبل.

ويشير العالم لافيتشا إلى أن هذا التحيز عرضة للتغيُّر على مدار الحياة، لكنه يَقوَى في السنوات الأولى من الحياة الدراسية، ويصل إلى ذروته في المرحلة الثانوية؛ فعملية البحث عن الكليات المناسبة، والتنسيق الجامعي، واستكمال المستندات، والمذاكرة من أجل الاختبارات تُعَدُّ كلها تكاليف تفرض نفسها على الاختيار حالياً، في حين أن الفوائد التي تتحقق من هذه الخطوات غير مؤكَّدة، وتحدث على المدى الطويل، أو تحدث تدريجياً؛ وبالتالي فإنه ينبغي لبناء سياسات تعليمية فاعلة من معالجة التحيز للوقت الراهن واللحظة الحالية، ولاسيما الحواجز التي تَحُول دون اعتبار التعليم شكلاً من أشكال الاستثمار.[36]

ومن التحديات السلوكية الأخرى التي حددها لافيتشا؛ التركيز على الروتين، والهويات السلبية، والأخطاء التي تُرتَكَب بسبب نقص المعلومات، أو كثرة الخيارات. وهناك أدلة على أن الناس يميلون إلى المبالغة في تقدير تكاليف التعليم (الأفراد ذوي الدخل المنخفض بمعدل الضعف) ويقلِّلون من الفروق في الدخل بين خريجي الجامعات والمدارس الثانوية؛ ما يؤدي إلى خيارات غير مثالية. وعلاوةً على ذلك، فإن الطلاب ذوو الدخل المنخفض أقل فرصةً في الالتحاق بمؤسسات تعليمية جيدة، كما أن تَعَقُّد الخيارات المتاحة، وعددها، بالإضافة إلى الجمود والقصور الذاتي، يزيد من تفاقم المشكلة.

ويستشهد لافيتشيا ببعض البرامج المثيرة للاهتمام التي تعالج مثل هذه القضايا. ففي كندا -على سبيل المثال- تجري حالياً تجربة توفِّر لطلاب المدارس الثانوية المساعدة والوقت اللازمين أثناء وجودهم في الفصل للاختيار بين المؤسسات التعليمية المختلفة، وتقديم الطلبات؛ ما يجعل العملية التعليمية أسهل وأكثر وضوحاً.

في مثال آخر -وهذه المرة من الولايات المتحدة الأمريكية- فإن تغييراً بسيطاً نسبياً في الاختيارات التي يقدمها امتحان القبول في الكليات ACT أحدث اختلافاً كبيراً؛ فحتى عام 1997 كان يمكن للطلاب المتقدمين للالتحاق بالكليات أن يرسلوا نتائج اختباراتهم إلى ثلاث كليات مجاناً، وكان عليهم دفع 6 دولارات عن كل كلية إضافية يريدون إرسال

نتائجهم إليها، وقد وجد أن 80٪ من الطلاب أرسلوا نتائجهم إلى ثلاث كليات فقط، وعندما تغيَّر ذلك إلى السماح لهم بالإرسال إلى أربع كليات أرسل أقل من 20٪ من الطلاب إلى ثلاث كليات و70٪ من الطلاب إلى أربع كليات، ولم يُقدِّم طلاب العائلات ذات الدخل المنخفض المزيد من الطلبات، بل كانوا يعملون على انتقاء المؤسسات التعليمية المناسبة.[37]

رابعاً: الاقتصاد السلوكي والتنمية

يهتم علم الاقتصاد السلوكي بالسلوك عند مستوى الاقتصاد الجزئي، ويناضل من أجل فرض نفسه على مستوى الاقتصاد الكلي، الذي يتمثل في الاهتمام بسلوك الاقتصاد كله. وفي إحدى الدراسات المثيرة للاهتمام حول الآثار المترتبة على السياسة الدولية، كتبها لوسي مارتين في عام 2014، ونوقشت سلفاً في مجلة الإيكونوميست؛ صاغت علاقة بين السلوك على مستوى الاقتصاد الجزئي والمسائل المتعلقة بالتنمية على مستوى الاقتصاد الكلي.[38]

ويشير بحث مارتين إلى أن هناك سبيلاً يمكن من خلاله للبلدان الفقيرة أن تعزِّز عمل الحكومات نحو الأفضل. ووفقاً لرؤية مارتين؛ فإنه غالباً ما يتم تمويل ميزانيات البلدان الفقيرة من خلال الضرائب المنخفضة والمستويات العالية من المعونة؛ ما يخلق مشكلة محاسبية. وتستند هذه الحجة إلى مفهوم تجنب الخسارة، وتعني هذه النظرة أن الناس يكرهون الخسارة أكثر من حبهم للمكسب المساوي لهذه الخسارة. وتشير الأدلة التجريبية من دراسة دولة أوغندا إلى أن زيادة الضرائب من شأنها أن تزيد استعداد المواطنين لمعاقبة الحكومة.[39]

وتوجد صلة أيضاً بين الاقتصاد السلوكي والفقر، تتمثل في الأفكار التي تظهر حول الندرة المعرفية، ويشير بحث إلى أن حالة الحرمان الاقتصادي يمكن أن تُبَدِّد موارد عقليه ثمينة، التي لها تأثير ضار في الأحكام والخيارات الاقتصادية التي يمكن أن تساعد

الفقراء على التخلص من الفقر. وأظهرت إحدى التجارب المعملية التي قام بها العالم ماني عام 2013 أن الأداء المعرفي للفقراء يصبح ضعيفاً نتيجة اضطرارهم إلى التفكير في التحديات المالية، وهذا يختلف عن الأشخاص الذين يتمتعون بقدر من الاستقلال المالي. وإحدى التجارب التي أجريت على مزارعي قصب السكر لقياس أدائهم المعرفي والإدراكي -في فترة ما قبل الحصاد (ضغط مالي مرتفع) وفترة ما بعد الحصاد (ضغط مالي منخفض)- بيّنت أن العلامات في الفترة الأخيرة أفضل بكثير من الفترة الأولى.[40]

وفي الواقع، ارتبطت الفترة الأولى بخسارة في الأداء المعرفي والإدراكي تعادل فقدان يوم واحد من النوم. وظلت لهذه النتائج أهميتها حتى عندما تم التحكم في العوامل الأخرى في النموذج الإحصائي مثل الإجهاد. والفقر يشتت الانتباه، ويثير الأفكار السلبية، ويقلل من القدرات العقلية والمعرفية. لذا، ينبغي لواضعي السياسات ألا يركزوا على الضرائب النقدية، بل أن يخفضوا الضرائب المفروضة على الفقراء أيضاً، وقد يشمل ذلك السياسات التي تسهل اتخاذ القرارات والتوقيت الأمثل لتلك القرارات.[41]

خامساً: الاقتصاد السلوكي ورضا المستهلك

تشكل الأبحاث التي تتناول نفسية المستهلك وسلوكه واحداً من أكبر المجالات في تطبيق أفكار الاقتصاد السلوكي، ويرتبط مجال التقارب الأساسي بين العلم وخبرات المستهلك. وأوضحت إحدى الإحصائيات تزايد الشعبية النسبية لعبارات البحث "رضاء العملاء"، و"تجربة العميل" مع مرور الوقت على محرك البحث "جوجل" (كان متوسط النمو لهذه المصطلحات في جوجل الدراسي Google Scholar يتزايد عاماً بعد آخر ليرتفع من 15٪ في أحد الأعوام إلى 26٪ في العام التالي في الفترة نفسها).

في حين أن هذه الاختلافات في النسب قد تكون جزئية بسبب المصطلحات التي تطرأ على المجتمع وتختفي تبعاً للمزاج العام، لكن الاستخدام المتزايد لمصطلح "تجربة العملاء" يجب أن يعكس أيضاً التسويق، والاهتمام المتزايد في خلق التجارب المتنوعة

للعملاء، والممارسات حول المشاركة في خلق القيمة في الأبحاث التي تتناول المستهلكين، والتسويق العصبي، على سبيل المثال لا الحصر.

الرضا هو مصطلح للتقييم، وغالباً ما يقاس على المستوى العام، أو الخاص. ويمكن أيضاً أن تكون هناك تقييمات متعلقة بظروف موضوعية أو نقاط مرجعية وتتأثر بالحالات المزاجية الحالية، بينما يتأثر الإبلاغ بالتحيزات التي يستدعيها العقل. وأثبتت الأبحاث التي تناولت "السعادة" أن الدخل هو أفضل أداة للربط بين تقييم الحياة (الرضا) والرفاهية العاطفية، وبالمثل فقد ثبت أن القيمة الاقتصادية لسيارة (فارهة أو اقتصادية) ترتبط بتقييمات الناس حول كيفية شعورهم أثناء القيادة أو تقديرهم العام لما يشعرون به عادة أثناء القيادة.[42]

ومن المفاهيم المتكررة في أبحاث الرفاهية مفهوم "التأقلم على المتعة"، ويقصد بهذا المصطلح أن مستويات السعادة التي يشعر بها الناس تعود إلى مستوى خط الأساس المستقر بعد حدوث تغيير في التجربة. وفي مؤتمر جمعية أبحاث المستهلك عُقدت ندوة خُصِّصَت لهذا المجال النظري، وتراوحت الموضوعات بين آثار القيمة العاطفية إلى التأقلم على المتعة.[43]

وفي بحث أجراه العالم لي، وآخرون، تناول التحليل "التأقلم على المتعة" لنوعين من السلع: الأولى، السلع التي تحقق المتعة. والثانية، السلع التي تحقق المنفعة. وبما أن السلع التي تحقق المتعة يتم شراؤها لأسباب عاطفية، على عكس السلع النفعية؛ فقد افترض الباحثون أن تَكيُّفهم سيتبع مساراً أكثر حِدَّة، وأظهرت النتائج أن معتقدات المستهلكين حول التكيف لا تتفق مع حقيقة الواقع.

لكن الباحثين لم يكن بمقدورهم التنبؤ بمعدلات التكيف المختلفة لسلع المنفعة (الطابعات) وسلع المتعة (مشغلات الأغاني)، وكان التكيف الفعلي أقوى بالنسبة إلى سلع المتعة؛ إذ استمر انخفاض معدل المتعة بشكل حاد مع مرور الوقت. وأظهرت التجارب

اللاحقة أيضاً أن التكيف كان أكبر مع سلع المتعة (مثل الأشـياء الباهظـة الـثمن) بسـبب الإثارة التي تمثل الوسـيط فيما بين المستهلك والسلعة، في حين كان التكيف أقل مع السـلع النفعية (أشـياء غير باهظة الثمن)، وكانت الإثارة والوظيفة معـاً همـا الوسـيط فـيما بـين المستهلك والسلعة. بالإضافة إلى ذلك، فقد زادت نسبة التكيـف طرديـاً مـع زيـادة نسـبة الندم على الشـراء (على سبيل المثال: أن تقـول بينـك وبـين نفسـك: إلى أي مـدى أنفقـت أموالي بشكل جيد؟ وهل ما قمت بشـرائه يستحق هذا المبلغ من النقود؟).

تتضمن الأبحاث المتعلقة بالجوانب التجريبية، وتلك المتعلقة بالمتعة في الاستهلاك، العديد من التطبيقات، وإحدى أهم الأفكار الأساسـية التـي توصَّـل إليهـا البـاحثون في التسويق هي معرفة متى وكيف كان شكل التجربة؟ وهي الجانـب الأكثـر أهميـة في التنبـؤ بسلوك المستهلك، مثل تجربـة المنـتج، وإعـادة شـراء العلامـة التجاريـة نفسـها، ومـدى اشتراكهم في التحدُّث عن السلعة، ونشـرها بين معارفهم وأصـدقائهم، أو تغيـير مُقـدِّمي الخدمة.

سادساً: الاقتصاد السلوكي وعلم نفس الموارد العقلية

إن علم نفس الموارد العقلية بشكل عام هو أيضاً جزء مهـم مـن النظريـات المعنيـة بالتنظيم الذاتي، التي تمثل نقطة رئيسـية أخرى للتـداخل بـين الاقتصـاد السـلوكي وعلـم النفس. ويتناول هذا المجال التحكم في الـنفس، أو قـوة الإرادة، وهـي الخصـيصة التـي تسمح للبشـر بتحقيق أهدافهم من خلال التغلب على الدوافع التـي يمكـن أن تـؤدي إلى نتائج سلبية. وعلى سبيل المثال، يشبِّه روي بومايستر قوة الإرادة بالعضلات. وقد وجدت الدراسات أن المهام التي تحتاج إلى التحكم في النفس – بما في ذلك اتخاذ القـرارات طويلـة المدى أو الصعبة – يمكن أن تُضعِف هذه العضلات؛ ما يؤدي إلى استنزاف الأنا وتناقص القدرة على ممارسة ضبط النفس. كما أثرت النظرية في الآراء التي تتنـاول العدالـة الجنائيـة وإعادة الاندماج، كما يتضح من العلاقـة الواضـحة بـين الاسـتبعاد الاجتماعـي وضـعف تنظيم النفس والتحكم فيها.[44]

وأحد الأبحاث تناول العلاقة بين استنزاف الأنا والثقة في اتخاذ القرارت الاقتصادية. واستخدمت التجارب ألعاب الثقة التي تطلب من المشاركين تقسيم الأموال بينهم وبين شخص آخر. وفي مثل هذا النوع من الألعاب يكون منح شخص قدراً منخفضاً من النقود إلى شخص آخر نهجاً سلوكياً ذا مخاطر منخفضة، والذي يدل أيضاً على انخفاض الثقة. وعندما تعرض المشاركون لاستنزاف الأنا (على سبيل المثال، كنتيجة لعدم السماح لهم باستخدام حرفي "A" و"N" في قصة طلب منهم كتابتها)؛ فإنهم قدَّموا أموالاً أقل. وقد اختفى الفارق بين المشاركين المستنزفين وغير المستنزفين إلى حد كبير عندما ظنُّوا أنهم سيلتقون بالشخص الآخر في وقت لاحق، أو عندما صور لهم القائمون على التجربة أنهم متشابهون مع ذلك الشخص. وكان لهذه النتائج آثار عدة على الثقة؛ فعلى سبيل المثال: قد يكون التحكم في النفس مهماً بشكل خاص في تنمية الثقة أثناء التعامل مع السياقات المجهولة مثل الإنترنت.[45]

الانخفاض الواضح في الثقة في السنوات الأخيرة، والإدراك المعرفي الزائد يُعَدَّان بمنزلة نتيجة للتغير التكنولوجي ونمط الحياة في القرن الحادي والعشرين، وهذه النتيجة مستوحاة من بحث حول تأثير الموارد المعرفية المحدودة على سلوك الثقة. وقد استخدمت التجربة ألعاب الثقة في حالتين مختلفتين: الحالة الأولى، بدون تحميل معرفي. والثانية، حيث أُجبِر المشاركون على أحد أمرين: حفظ كلمة مرور طويلة، أو أن يتعرضوا إلى ضوضاء مزعجة. وأظهرت نتائج التجربة ارتفاعاً ملحوظاً في مستويات الثقة في ظِل الحالة التي ينعدم فيها التحميل المعرفي (الحالة الثانية). بالإضافة إلى ذلك، كان السلوك أكثر تهوُّراً عندما كانت الموارد المعرفية محدودة، وتم التنبؤ بسلوك الثقة في اللعبة بشكل أقوى من خلال الخطوة الأخيرة للشريك من استراتيجية المشارك الخاصة، التي تم التوصُّل إليها من حساب متوسط مستوى الثقة في جميع الجولات السابقة من اللعبة.[46]

الفصل الثامن

دليل تطبيق
الاقتصاد السلوكي في المؤسسات

لا فائدة من علم لا يُطبَّق على أرض الواقع، ويستفيد من خبراته بنو البشر. والاقتصاد السلوكي علم واقعي يضع البشر في أولى أولوياته. ويبحث عن تعظيم منفعتهم ويسعى إلى تقليل تكاليفهم. وهذا الدليل بمنزلة خريطة طريق توضح كيف يمكن تطبيق الاقتصاد السلوكي في حياتنا اليومية لكل شخص يرنو إلى تطبيقه في حياته سواء كان رب أسرة أو مدير شركة أو رئيس مؤسسة أو وزيراً في وزارته أو حتى رئيس الحكومة. فلا يوجد الكثير من الوقت أو الموارد لاختبار سياسات لم نقف على مدى جدواها، ونستعرض في هذا الفصل تنوع المصادرالتي يمكن أن نستند إليها لتعديل السلوك. والعلاقة بين الدراسات التجريبية والاقتصاد السلوكي وهو علم تجريبي في المقام الأول. ونستعرض الأنواع المختلفة من التجارب. وأخيراً كيفية إجراء تجارب سلوكية.

أولاً: تنوع مصادر تعديل السلوك

يرغب كل من يعمل في السياسة العامة، أو الصناعة، أو التجارة، أو حتى قراء أدبيات الاقتصاد السلوكي في تطبيق الأفكار الآتية من ينابيع الاقتصاد وعلم النفس؛ أملاً في تعديل السلوكيات غير المرغوب فيها فيمن يتعاملون معهم، سواء كانوا طلاباً أو أبناء أو موظفين أو مستهلكين أو حتى مواطنين. والوكز الهادئ ليس هو الطريق الوحيد إلى ذلك، إنما هناك مجموعة أخرى من أدوات تعديل السلوك، لكن التحدي الذي يقف عائقاً أمام ذلك هو أنه يجب عليهم التعامل مع مادة علمية واسعة النطاق ومعقدة إلى حد ما. وحتى تتحقق هذه النتيجة قام علماء الاقتصاد السلوكي واستشاريو الأعمال والمهتمون به باستنباط أُطُر سلوكية ونماذج متكاملة لتطبيق الأفكار العلمية السلوكية بطريقة مبسطة.

وهناك مجموعة من الأدوات التي تساعد في مجال الأعمال تتضمن كل شـيء تقريباً، بدايةً من وضع المرجعية الفكرية التي يرتكز عليها المشـروع التجاري، وصـولاً إلى وضـع معايير قياس الأداء المتوازن لجوانب المشـروع كافة. وتسـاعد الأطـر السـلوكية والـنماذج المتكاملة ممارسـي الاقتصاد السلوكي وخبراءه عـلى تشـخيص المشـكلة، ووضـع أفضـل الممارسات لحلها، وإيجاد المعرفة الضـرورية لكل أمر، وكيفية صنع القرار العقلاني إلى حـد كبير.[1]

وتعتبر الأداة السلوكية الجيدة بمنزلة ترجمـة للمفـاهيم العلميـة، وأداةً مسـاعدة في القرار تُمكِّن المطبقين من فهم المشكلات، وتصميم الحلول. والأهم مـن ذلـك أنهـا تتسـم بالمرونة والشمولية بما يكفي لتطبيقهـا بشـكل متكـرر، وبالتـالي زيـادة الكفـاءة. إن الأداة السلوكية تُعَدُّ بمنزلة نهج تم اختباره، ويستمر اختباره عبر الزمن.

يمكن للأدوات السلوكية أن تؤدي دورها في أي موقع بحسـب الغـرض منهـا؛ إذ يمكن أن تكون وصفية وتوجيهية، أو أن تكون تطبيقية بطبيعتها. في حـين أن العديـد مـن الممارسـين للأدوات الاقتصادية السلوكية يختـارون منهجـاً عامـاً يناسـب الجميـع، لكـن البعض الآخر يختار منهجاً خاصاً يتناسب مع مجال المشكلة المعروضة عليهم (عـلى سـبيل المثال: التمويل الشخصـي، أو الصحة).

وأحد أكثر الأطر السلوكية شعبية وعالمية في السنوات الأخيرة كتاب "مساحة عقل MINDSPACE -" الذي نشـره مكتب مجلس الوزراء في المملكة المتحدة، والـذي يـؤدي عملاً عظيماً في الربط بين النظرية والتطبيـق. وأحـد أقسـام هـذا الـدليل "تطبيـق العلـوم السلوكية".[2]

ثـم معمـل العلـوم السـلوكية Behavioral Science Lab الـذي يُعنَـى بتحديـد الخطوط العريضة لنماذج الاقتصاد السلوكي التي يمكن الاعتماد عليها. في حين قدم العالم فهر وآخرون مجموعة متكاملة من أدوات التغيير السلوكي. وهناك تصـنيف "الـوكزات" الذي قدمه كوداجنون وآخرون، ونموذج عصـير العقل BrainJuicer السلوكي.[3]

ويمكن الاطلاع على العديد من النماذج السلوكية المفيدة في الأدبيات النفسانية التي نُشرت قبل التحول نحو الاقتصاد السلوكي. وغالباً ما تركز هذه الأدبيات على دوافع تغيير السلوك، وعلى سبيل المثال نظرية السلوك المخطط The theory of planned behavior، التي تضع في اعتبارها التأثير المشترك للمواقف والمعتقدات حول السلوك جنباً إلى جنب مع المعايير الشخصية والسيطرة على السلوك الحاصل.[4]

وتؤثر هذه العوامل في التوجه الداخلي للأفراد حول أداء السلوك، وفي النهاية تحقيق السلوك الفعلي المرغوب فيه. بينما تركز النماذج الأخرى على الدوافع والفرص والقدرات، أو على مراحل التغيير، وتشمل الصيانة السلوكية. وأخيراً، تؤكد النماذج الأكثر شمولاً أن سلوك الفرد يتأثر بعوامل على المستوى الكلي (مستوى المجتمع)، وعلى المستوى المتوسط (التنظيمي)، وعلى المستوى الجزئي (الشخص بينه وبين نفسه، والشخص بينه وبين المقربين منه).[5]

وتتباين النظريات السلوكية في تطبيقاتها والغرض منها؛ فبعضها تم استخدامه بصفة أساسية في مجال الصحة، في حين أن البعض الآخر كان أكثر شمولاً مثل "نظرية السلوك المخطط". ويمكن لهذه النماذج أن تكون في شكل التدخل السلوكي، وهذا يتوقف على تفسيرها والغرض منها.

إن المبادئ السلوكية ما هي إلا قائمة من الاستدلالات والتحيزات (تجنب الخسارة، والتحيز إلى التأطير، ...إلخ)، وتُقدَّم هذه المعلومات ومعها أمثلة على كيفية تطبيقها في الحياة العملية، أو في تطبيقات أكثر تعقيداً للمبادئ السلوكية مثل "الوكزات" (التخلف عن السداد، الالتزام المسبق، ...إلخ). ويُعَدُّ هذا النهج إطاراً مرجعياً مفيداً، أو قائمة مختصرة مرجعية. ومنها على سبيل المثال، مبادئ كيالديني للإقناع؛ إذ يعمل على تحديد العلاقات بين السلوكيات والفئات المعنية. وقد يركز نموذج بسيط على التحيزات المعرفية والشعورية والاجتماعية، أو التفكير بالنظامين الأول والثاني. وقد يدمج نموذج أكثر تقدماً بين المفاهيم السلوكية المختلفة، أو يقدم وصفاً للكيفية التي ترابط بها الظواهر (مثل:

تجنب الخسارة، أو تأثير المغالاة فيما هو مملوك). هذه الأنواع من النماذج هي طريقة لاستكشاف علم النفس البشري، أو صنع التصنيفات.

ومنها أيضاً ما قدمه العالم كوداجنون وزملاؤه "تصنيف الوكزات: عقلك في الاقتصاد السلوكي"، ويقدم نموذجاً لتغيير السلوك، ويوضح أنه النهج الأكثر ديناميكية أو تغييراً للسلوك البشري. هذا النوع من النماذج قد يرسم مراحل سلوكية، أو قد تظهر التفاعلات بين العمليات النفسية (مثل: الدوافع لتحقيق أهداف معينة)، والعوامل البيئية (مثل: الأطر أو الإشارات). مثل هذه الأدوات مفيدة بشكل خاص إذا كانت تهدف إلى فهم عمليات تغيير السلوك، أو كيف يمكن للتدخل السلوكي أن يحفز تغيير السلوك.[6]

ثانياً: الدراسات التجريبية والاقتصاد السلوكي

الدراسات التجريبية هي الدراسات التي تعتمد على إجراء التجارب، ويطلق عليها اصطلاحاً التجارب العشوائية المحكومة Randomized Controlled Trials (RCT)، وتعني إجراء تجربة على عينة عشوائية وفق ضوابط حاكمة بواسطة القائم بالتجربة للتأكد من نتيجة معينة. وبدأ استخدام هذه المنهجية عام 1747 بمعرفة الدكتور جيمس ليند James Lind لأول مرة في علاج ما يسمى مرض "بارلو" وهو نقص فيتامين (سي) في الجسم.[7]

ثم توالى استخدام هذه المنهجية في المجال الصحي على نطاق واسع، لتحديد العلاجات الفاعلة. وذلك عن طريق تقسيم الفئة المستهدفة إلى مجموعات عدة أو مجموعتين: الأولى، هي المجموعة الضابطة، ولا تخضع لأي تدخل أو تأثير. أما الثانية، فهي المجموعة المعالجة، وتخضع إلى التدخلات التي تم تحديدها سلفاً، لقياس التأثيرات التي تطرأ عليها ومقارنة النتائج بالمجموعة الضابطة. ولا شك أن هناك توجهاً عاماً لنقل دراسات كيفية صنع القرار من المختبرات الجامعية (وأغلبها في الولايات المتحدة) إلى الحياة الواقعية والبيئات المختلفة في العالم الحقيقي، سواء بالنسبة إلى الأعمال أو المشروعات أو الحكومات أو المنظمات. وهذا الاهتمام أظهره الجهد الذي بذله العاملون

في المجالات العلمية والتطبيقية للاقتصاد السلوكي. وأشار بعض العلماء إلى عدم وجود تشابه بين عينات الطلاب الجامعيين الذين تجرى عليهم التجارب، والناس في الحياة اليومية. ومن ثم، يتم التحقق بالمقارنة بين نتائج التجارب الجامعية مع ما يحدث في الحياة الواقعية. ونتيجة لذلك، أصبح إجراء التجارب مع مجموعات متنوعة من الناس- هدف التدخل- هو الأكثر شيوعاً، على الرغم من أن هذه الدراسات غالباً ما تتم عبر الإنترنت.[8]

ونشير إلى أن طبيعة المهام التجريبية -سواء تلك التي تتم في المختبرات أو البيئة- لا تعني وجود ضمان لتحوُّل نتائجها إلى سلوك في العالم الحقيقي. وهناك إشكالية علمية تثور دائماً بشأن مدى الصلاحية الخارجية للتجارب -أي: قابليتها للتعميم- عند تنفيذ التجارب النفسية في الواقع بعد أن تم إجراؤها في المعامل.[9]

وقد حدد بعض العلماء صلاحيات خارجية (التعميم) عندما يتم نقل الدراسات النفسية التي أجريت في البداية في المختبرات إلى الميدان؛ فما ينطبق على فئة محدودة يختلف عند تطبيقه على فئات غير محدودة. وأصبحت منهجية "اختبر وتعلم test and learn" التي ترتكز على الاختبارات الميدانية ويتم تطبيقها في مجال الأعمال، والأنشطة التجارية، وفي السياسة العامة والمجتمع هي المنهجية المعتمدة لاختبار الفرضيات السلوكية. فيتم اختبار الآلية الجديدة على المجموعات، ثم قياس النتائج المترتبة، وعليه يتم تعميم نتائج التجربة في شكل القرار أو الاستراتيجية أو البرنامج الحكومي المزمع تطبيقه.[10]

أما بالنسبة إلى الشركات، فيقلِّل نهج "اختبر وتعلَّم" القائم على التجارب العشوائية المحكومة، من الشك بشأن مدى فاعلية البرامج أو السياسات الجديدة، ويتم ذلك عن طريق قياس التأثيرات في الإعدادات التي يحدث فيها السلوك بالفعل، وإجراء تجارب في هذا المجال (التي قد تتضمن بيئات على الإنترنت إذا كان ظهور السلوك محل الاهتمام يتم بشكل طبيعي)، ولا يُسمَح للباحثين بملاحظة السلوك المستهدَف فحسب، ولكن تصميمهم للتجربة والنتائج التي يتوصلون إليها يمكّنهم بسهولة من التواصل بشأنها مع جمهور أوسع.

ويمكـن للشـركات تحسـين فهمها للعلاقـات بـين التغيير في الاسـتراتيجية والاستجابات التي تظهر في سلوك الموظفين أو العملاء أو المنافسين، أو غيرهم من حملة الأسهم من خلال التجارب التجارية. وبالتالي، فإن المزية الأكثر أهمية للتجارب الميدانية العشوائية، هي قدرتها على إلقاء نظر القائمين عليها على علاقات السببية والنتائج. ويمكن أيضاً للشركات التوصل إلى بيانات قَيِّمة تساعد على اتخاذ قرارات مهمة على نطاق صغير، قبل وضعها موضع التنفيذ في السوق بأكمله، إلى جانب القدرة على عقد مقارنة بين فرضيات متباينة ومتعددة، ومعرفة إذا ما كانت النتيجة المتوقَّعة موجودة في سياقات أو إعدادات مختلفة.

كما يمكن استخدام المنهجية لتكون أداة فاعلة للتعرف على التوجه الأمثل في استخدام الموارد، ففي إحدى الدراسات التي أجريت للتعرف على التدريب المناسب لزيادة إنتاجية المنشآت الصغيرة، قام الباحثون بتقسيم أصحاب الشركات الصغيرة إلى ثلاث مجموعات: الأولى، لم تحصل على أي تدريب وهي المجموعة الضابطة أو المتحكم بها. والثانية، تم تدريبها على مهارات التسويق والبيع. أما الثالثة، فتم تدريبها على المهارات المالية والمحاسبية. وتوصل الباحثون إلى أن هناك تأثيراً إيجابياً في المجموعات المدربة، واتضح تأثر الربحية بنسب متقاربة، وأن التدريب المكثف على مهارات التسويق والبيع يضاعف الربحية بزيادة المبيعات والتوظيف ويعني التركيز على النمو، في حين وجد أن التدريب المالي والمحاسبي يزيد الربحية من خلال التركيز على خفض التكلفة؛ ما يعني رفع الكفاءة.

وعادةً ما تكون المنهجيات الكمية في الدرجة الأدنى في هذا الصدد ولا تعطي نتائج دقيقة، وعند النظر في البيانات الكبرى نجد أنها خلقت اتجاهاً حديثاً للعثور على أنماط سلوكية في الكيانات الكبرى من خلال المعلومات المتراكمة. ووفقاً لما توصلت إليه الأبحاث في أن هذا النهج الكمي يُعاني مشكلتين رئيستين: الأولى، أنه يضع اعتماده الأساسي على الارتباطات بدلاً من علاقة السببية. والثانية، أنه غالباً ما يوفر قدراً هائلاً

من المعلومات والمتغيرات والعلاقات المحتملة، وعندما يتعلق الأمر بفحص العلاقات السببية؛ فالأمر أقل بكثير.

وفي السياسة العامة، يمكن لنهج "اختبر وتعلم" أن يزيد الثقة بأن الأموال العامة تُنفَق على السياسات الصحيحة، وأن هذه السياسات تحقق قيمة مضافة للمجتمع مقابل المال الذي يُنفَق عليها. وتُعَدّ هذه التجارب مهمة؛ لأنها تستخدم مجموعة ضابطة؛ وهي جزء من السكان لم تطبّق عليهم السياسة الجديدة، فمراقبة مجموعة لم يتم التدخل فيها هي الطريقة الوحيدة لمعرفة إذا ما كان تغيُّر السلوك قد نتج عن السياسة التي جربت أم لا؛ ما يوفر الكثير من الأموال والوقت وتكلفة الفرصة البديلة والتكاليف الاقتصادية والاجتماعية لبرنامج قد يفشل، اقترحه الشخص المسؤول؛ ظناً منه أن البرنامج هو الأفضل استناداً إلى قناعاته وآرائه الشخصية، وفهمه سلوك المواطن بطريقة مغلوطة وغير علمية.[11]

ثالثاً: الأنواع المختلفة للتجارب السلوكية

يرتبط نهج "اختبر وتعلَّم" في كثير من الأحيان بالتجارب الميدانية، وهذه المنهجية لا بد من فهمها في إطار الأنواع الأخرى من التجارب، ولاسيما التجارب المحكومة في المعامل والتجارب الطبيعية. ولنأخذ تأثيرات التأطير بحسبانه نموذجاً نظرياً مستمداً من علم الاقتصاد السلوكي وعلم النفس، وننظر في أمثلة لأنواع مختلفة من التجارب التي تم استخدامها لدراسة هذه الظاهرة.

(1) التجربة المعملية:

يُجرى هذا النوع من البحوث في بيئة مسيطر عليها ومنضبطة بإجراءات موحدة. وأجريت دراسة حول علم نفس المستهلِك على مبدأ التأطير في المختبر، وقد تم تحديد عينة عشوائية من الطلاب لظروف تجريبية مختلفة، وتتضمن تذوُّق وتصنيف اللحوم، وسيطر الباحثون بعناية على كمية الطعام التي تذوقها المشاركون، والأوقات والأيام التي تمت فيها

التجربة. بعض المشاركين تـذوقوا اللحـم أولاً، ثـم شـاهدوا الملصـق عـلى العبـوة. بيـنما شـاهدت المجموعـة الثانيـة الملصَـق أولاً ثـم تـذوقت اللحـم. وقسـم البـاحثون هـذه المجموعات إلى نموذجين آخرين عن طريق التلاعب بإطار الملصَق: النموذج الأول أشـار في ملصقه إلى أن اللحم يتكون من 75٪ لحم صـافي (إطـار إيجـابي) أو 25٪ دهـون (إطـار سلبي). وفي نهاية التجربة يقيم المشاركون اللحم وفـق خصـائص معينـة، مثـل: الجـودة، والطعم، والملمس. وأظهرت نتائج الدراسة أن التأطير كان فاعلاً كـما كـان متوقعـاً، وتـم تصنيف اللحم تصنيفاً إيجابياً عندما قدم في إطار إيجابي. وقلَّلت عملية التذوق للمنتج من تأثير التأطير، لكن ترتيب ما يتم تذوقه والملصَق الإعلاني لم يُحدِثا ثَمَّة فرقاً.[12]

وعلى عكس اختبارات التذوق التي يتم الـتحكم فيهـا بعنايـة، لا تحتـاج معظـم التجارب إلى أن تتم في مثل هذه الظروف الحاسمة، أو تـتم في المختـبرات. وتـم اسـتبدال التجـارب المعمليـة بالتجـارب عـبر الإنترنـت، وأصـبحت هـذه المنهجيـة أكثـر فاعليـة لانخفاض تكلفتها نسبياً؛ حيث تسمح للباحثين بالوصول إلى مجموعات من النـاس أكثـر تنوعاً بسهولة، وبالطبع تقلل من دقة آثار ونتائج التجربة، بسـبب الإعـداد المجهـول عـبر الإنترنت. وبسبب افتقار هذا النوع من التجارب إلى الضوابط التي يوفرها المختبر. وتعتبر التجـارب التـي تُجـرى عـبر الإنترنـت بمنزلـة شـبه تجربـة **quasi-experiment** مقارنـة بالتجارب الميدانية والتجارب الطبيعية.

وللتجارب المعملية المراقَبة مجموعة من المزايـا؛ إذ يُمكـن تكرارهـا بشـكل أفضـل بسبب الإجراءات القياسـية، ويمكن إحكـام السـيطرة عـلى المتغـيرات والبيئـة، وتتميـز بالصلاحية الداخلية المرتفعة، وتُعَد أفضل عنـدما تكـون التجربـة مُعقَّـدة التصـميم. أمـا عيوبها؛ فتتمثل في أن: الإعدادات مُصطَنعة (أقل صلاحية من البيئة الواقعية)، وفي بعـض الأحيان تَنقصها الصلاحية الخارجية (التعميم)، وهناك عيب آخر هو الوعي بالدراسة؛ إذ إن وجود الأشخاص القائمين بالتجربة ووجود تصورات حول الغرض من التجربة، قـد يؤديان إلى تحيز المشاركين.

(2) التجربة الميدانية:

يمكن لهذه المنهجية إثبات العلاقات نفسها بين السبب والنتيجة، مثلها مثل التجارب المعملية، برغم أن إجراءها يتم في البيئة الطبيعية. وفي دراسة أجريت في الصين عام 2012، واستهدفت زيادة إنتاجية العمال في شركة إلكترونيات، وبشكل أكثر تحديداً، اختبرت تجربتها الميدانية تأثير إطارين مختلفين. حصل بعض العمال على رسالة مُؤطَّرة (ظرف "المكافأة") أشارا فيها إلى أنه بالإضافة إلى رواتبهم سيحصلون على زيادة في الراتب قدرها 80 يواناً عن كل أسبوع، وكان متوسط الإنتاج الأسبوعي لهذا الفريق هو ألف وحدة في الساعة. وفي تجربة أخرى -كان إطارها العقاب- تمت من خلال تطبيق مبدأ تجنُّب الخسارة؛ حيث جاء في الخطاب المرسَل إلى العمال، أنه بالإضافة إلى مرتباتهم المعتادة سيحصلون على زيادة في الراتب لمرة واحدة بقيمة 320 يواناً، ومع ذلك أي أسبوع يكون فيه متوسط الإنتاج الأسبوعي لهذا الفريق أقل من ألف وحدة سيتم تخفيض الزيادة بنسبة 80 يواناً. وأظهرت النتائج أن حصول العامل على أي حافز كمنحة بحد ذاته أدى إلى زيادة الإنتاجية بنسبة تصل إلى 9٪ للعمال في مجموعات، وإلى 12٪ للعمال الفرادى. في حين أن إطار الخسارة (العقاب) لم يُغيِّر من أداء أولئك العمال الذين يعملون بمفردهم، لكن إنتاجية العاملين في المجموعات زادت بنسبة تتراوح بين 16٪ و25٪ زيادة عن المجموعة التي كانت في ظرف المكافأة.[13]

ومن مزايا التجارب الميدانية أنه يمكن التحقق من السبب والنتيجة في البيئة الطبيعية (صلاحية خارجية أكبر ومتوافقة مع البيئة الطبيعية)، وعادة لا يوجد وعي بالدراسة. ومن عيوبها أن التحكم في متغيراتها أقل، وأنها ليست جزءاً من العلاقة بين السبب والنتيجة التي تتم دراستها، ومن الصعوبة تكرارها، ويمكن أن تكون باهظة التكاليف.

(3) التجربة الطبيعية:

تُعَدُّ التجربة الطبيعية نوعاً آخر من أشباه التجارب، وتُعَدُّ من أكثر المنهجيات محدودية فيما يتعلق بإمكانية التحكم فيها والقابلية للتكرار. ولا يستطيع الباحثون فيها

القيام بأي معالجـات؛ إذ إنهـا تَحـدُث بشـكل طبيعـي. وتُعَـد التجـارب الطبيعيـة بمنزلـة دراسات مبنية على الملاحظة والتحليل لما يحدث مـن ظـواهر، التـي لا تحـدد موضـوعات المعالجة، ولا تتحكم في الظـروف المحيطـة؛ مـا يـؤدي إلى إضـعاف قـدرة البـاحثين عـلى الاستدلالات السببية.

وفي بحث آخر تم فيه تحليل التأطير في أسواق التأمين، عندما يقوم العملاء بشــراء وثائق تأمين، في كثير من الأحيان يكون فيها استقطاعات تأمينية، التي تشكل مقـداراً مـن الأموال لا يغطيه التأمين عند حدوث مطالبة تأمينيـة؛ حيـث يشـعر المسـتهلك تجـاه هـذه الاستقطاعات بمنزلة خسارة، لذلك يَنْتَابه شعوران: خسارته لمقدَّم الوثيقـة الـذي دفعـه، وخسارته لهذه الاستقطاعات. وبدلاً من ذلك، يمكن لمقدمي التأمين أن يقدموا نوعاً مـن أنواع المواءمة؛ بتحديد أي نوع من المطالبات يُجرَى عليه هذا الخصم، وهو نوع مـن أنـواع دمج الخسائر الذي يجب أن يكون أكثر جاذبية للمستهلكين.[14]

وقد وجد العـالم القـائم بالبحـث صـورة توضـيحية في العـالم الحقيقـي لتـأثيرات الخيارات المفروضة والتأطير. وفي إحدى التجـارب الطبيعيـة البسـيطة قـارنوا اخـتلاف قوانين التأمين على السـيارات في ولايتَـين مـن ولايـات أمريكـا في بدايـة التسـعينيات؛ إذ سمح قانون نيوجيرسـي وبنسلفانيا للسائقين باستبدال الحق في رفـع الـدعوى والتنـازل عنه نظير الحصول على خصـم في قيمـة الاشـتراك في الوثيقـة؛ ففـي نيوجيرســي يحصـل السائقون على أسعار تأمينيـة منخفضـة –وهـذا هـو النظـام القـائم بالفعـل– وإذا أرادوا الحصول على حق التقاضـي؛ فيتعين عليهم دفع مبلغ إضافي.

أما في بنسلفانيا فكان الأمر على النقيض من ذلك؛ فـإن لسـائقي السـيارات الحـق الكامل في رفع الدعاوى القضائية، ويحصلون على تخفيض في أقساط التأمين إذا ما تنـازلوا عن هذا الحق. وتَحوَّل حوالي 20٪ من السائقين في ولاية نيوجيرســي مـن النظـام القـائم عندما ارتفعت أسعار الأقساط التأمينية لتتضمن الحق في رفع الدعاوى، وقرابـة 25٪ مـن سائقي بنسلفانيا عندما تم تخفـيض الأقسـاط؛ ونتيجـة لـذلك، اختـار 20٪ مـن سـائقي

نيوجيرسـي الحق الكامل في رفع الدعوى، بينما احتفظ 75٪ من سائقي بنسلفانيا بالحق في رفع الدعوى، وقد اعتقد جونسون وزملاؤه أن هذا سببه هو تأثير التأطير.[15]

من مزايا التجارب الطبيعية أن إعدادها طبيعي، فهي ذات صـلاحية بيئيـة مرتفعـة جداً، وتتميز بعدم وعي من تُجرى الدراسة عليه، وأنها غير مكلفة، ويمكن إجراؤهـا بـأثر رجعي؛ فالبيانات متاحة بالفعل. أما عيوبها، فتتمثـل في عـدم الـتحكم في التصـميم، ولا يمكن التلاعب بالمتغير المسـتقل، ولا أخـذ عينـة عشـوائية، ويمكـن أن تـؤثر المتغـيرات الدخيلة في النتائج، وتعيبها محدودية القابلية للتكرار، كما أنها مكلفة، وتستهلك الكثير من الوقت، خاصة إذا كانت طويلة الأجل.

(4) التجارب المختلفة في الميزان

إن التجارب التقليدية، أو الميدانية، أو الطبيعية لكل منهـا مميزاتهـا وعيوبهـا، شـأنها شأن أي نوع من التجارب الأخرى. وبعض هذه المفاضلات أكثـر وضـوحاً في إعـدادات التجارب التي تتم عبر الإنترنت؛ حيث يكون للباحثين الميـدانيين السـيطرة الكافيـة عـلى المتغيرات والبيانات التي تم جمعها عبر الإنترنت، لكن تقِلّ هذه السـيطرة على البيئة خارج الإنترنت. ومع ذلك، عندما يتم النظر في نتائج الأنواع المختلفة للتجارب مع بعضها؛ فإن هذا يُمَكِّن الباحثين من الحصول على صورة أدق وأكمل للظاهرة محل البحث. وقـد ثبـت أن التجارب الميدانية من الناحيـة المنهجيـة تشـكل سـبيلاً يـربط بـين التجـارب المعمليـة والبيانات المستمدة من البيئة الطبيعية.

في بعض الأحيان، تضع التجارب الميدانية حدوداً للنتائج الآتية من المختبر، ونأخذ مثلاً لبحث معملي حـول تأثير المغالاة فيما هو مملوك، التي أظهرت أن ملكية الناس لشيء ما تؤدي إلى مبالغتهم في قيمة هذا الشـيء: الاستعداد للقبـول Willingness-to-accept (WTA) أعلى من الاستعداد للدفع (WTP) willingness-to-pay. وقد أجريت التجربة الأكثر شهرة من هذا النوع على عينة من الطلاب الذين يستخدمون أكواباً تحمـل العلامـة التجارية لجامعتهم باعتبارها السلعة التي تتم عليها التجربة.[16]

وفي تجربة ميدانية، تم استخدام عينة من هواة جمع الدبابيس والبطاقات الرياضية، وقد طبقت الدراسة على كلٍّ من التجار، ذوي الخبرة نسبياً، والكثير من غير التجار، عديمي الخبرة، وأظهرت النتائج أن زيادة الخبرة قلَّلت إلى حد كبير من تأثير المغالاة فيما هو مملوك.[17]

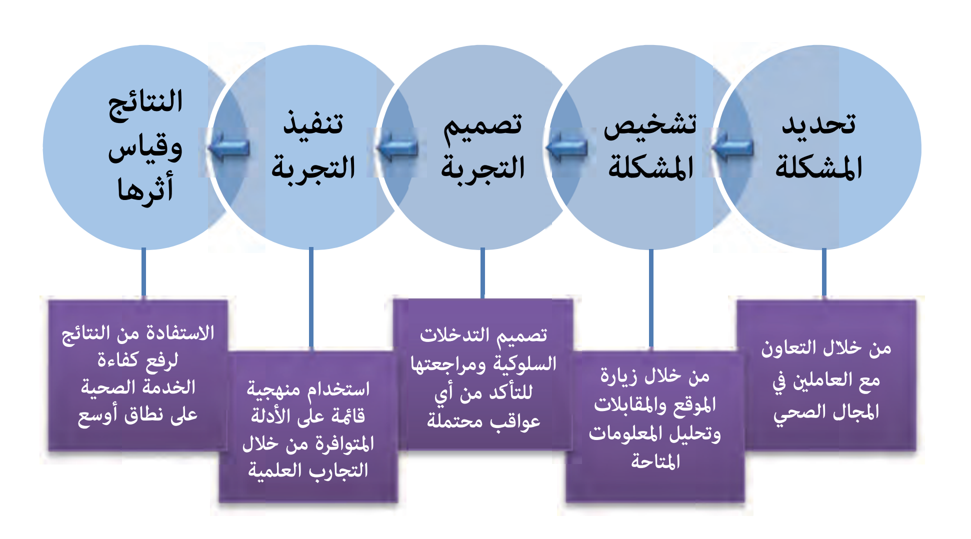
رابعاً: دليل إجراء الاختبارات السلوكية (منهجيَّة- اختبر وتعلَّم)

إن منهجية (اختبر وتعلَّم) تتم بشكل متماثل، سواء استُخدِمت بواسطة علماء الاقتصاد، أو مديري الأعمال، أو صانعي السياسة العامة؛ فالطريقة واحدة ومتشابهة إلى حد كبير، أما المتغير فهي المعطيات فحسب. ويكون السؤال الشاخص في ذهن متخذ القرار، هل تَدَخُّلِي سيؤتي ثماره؟

شكل (1-8)

المراحل التي يمر بها البحث

للوصول إلى التدخل السلوكي



المصدر: تطبيقات الاقتصاد السلوكي في المجال الصحي، شركة هوز، ص 11، (بتصرف الباحث).

فيما يلي نستعرض دليلاً موجزاً يوضح خطوة بخطوة كيفية إجراء تجربة ميدانية بالاعتماد على مصادر متعددة. ويمكن تلخيص المنهجية في ثلاث خطوات رئيسية، هي: (1) الاختبار. و(2) التعلم. و(3) المراجعة والاستفادة من النتائج. وتقع في تسع خطوات فرعية يمكن اتباعها للوصول إلى الهدف، المتمثل في تعديل السلوك أو السياسة أو الاستراتيجية.[18]

(1) تحديد الفرضيات:

تبدأ الأبحاث دائماً بسؤال واحد أو أكثر: ما النتيجة التي نريد تغييرها؟ وما المعالجات أو التدخلات الذي نريد اختبارها لتحقيق هذه النتيجة؟ قد يكون التدخل المأمول حوافز اقتصادية أو وكزات سلوكية سبقت تجربتها واختبارها، أو أنواعاً جديدة كلياً من أنماط التدخلات. وقد تتضمن مقارنة تأثير إطارين مختلفين للخصم على الشراء من متجر عبر الإنترنت، أو بشأن اختبار تأثير إشارات النظافة المختلفة على مُعدَّل تكرار غسل اليدين في المستشفيات.

ويجب على صاحب المصلحة من التجربة أن يسأل نفسه، إذا ما كان من الممكن عملياً تنفيذ هذا التدخل من عدمه؟ وعند صياغة الفرضية قد يرغب بالفعل في التفكير في المستقبل والنظر في مدى صعوبة تنفيذ هذه التجربة باستخدام الموظفين والموارد الموجودة. ويجب أن يفكر أيضاً في مدى قدراته –من الناحية العملية– على مراقبة وتسجيل النتائج. ويجب أن يكون الهدف واضحاً ويسهل قياس نتائجه ومعرفة حجم التأثير للتدخلات المقترحة. وهذا الأمر سهل نسبياً بالنسبة إلى مديري متاجر الإنترنت التي تتم عبر تتبُّع نقرات العملاء، مقارنة بمراقبة مستويات النظافة الشخصية للعاملين في المستشفى. ويجب تحديد اثنين أو أكثر من التدخلات المطلوبة لمقارنتها، ويمكن اختبار العديد من التدخلات من خلال المقارنة بينها واختبار تأثيرها لتحديد التدخل الأنسب. وتحديد المخرجات المتوقعة لكل التدخلات المقترحة للتأثير في سلوك الأفراد في التجربة.

(2) تصميم الاختبار:

يتم تحويل فرضيات ومفاهيم الدراسة إلى متغيرات عن طريق التشغيل. الذي يتعرض في كثير من الأحيان إلى التصويب والتعديل، ويتعرض أيضاً للفشل؛ حيث يحتاج الباحثون إلى أن يسألوا أنفسهم عما إذا كانت ظروف التجربة سليمة أم تحتاج إلى تعديل، وإذا ما كانت المتغيرات تقيس فعلاً ما تنشد التجربة قياسه من عدمه.

إذا كانت النتيجة المنشودة من التجربة هي زيادة المبيعات، فيمكن قياسها من حيث المبيعات اليومية أو مشتريات الأفراد. وإذا كانت النتيجة المنشودة نظافة اليدين، فيمكن إلقاء النظر على بعض التدابير البسيطة، مثل كمية الصابون المستخدمة، أو غيرها من التدابير التي تحتاج إلى المزيد من العناية، مثل ملاحظة العاملين أثناء غسل أيديهم، أو حتى النظافة الفعلية استناداً إلى المسحات التجريبية.[19]

ويجب على القائم بالتجربة أن يسأل نفسه عن طبيعة الوحدات العشوائية في العينة؛ أي الفئة المستهدفة: هل هي على مستوى الأفراد؟ أم مستويات إجمالية للسلوك الفردي، مثل الفِرَق، والوحدات الصحية؟ أم مواقع المتاجر؟ أم المناطق الجغرافية؟ وقد يلزم استخدام مستويات تجميعية إذا لم يكن من الممكن تعريض الأفراد للظروف التجريبية. ويجب تحديد النطاق المراد العمل عليه، الذي يحدَّد وفقاً لاعتبارات عملية.

ويمكن الحصول على مساعدة متخصص في الإحصاء لتحديد عدد الوحدات التي تحتاج إليها التجربة للحصول على نتائج قوية، وتحديد المدة الزمنية التي ينبغي أن تستغرقها مدة الاختبار. وإذا كانت النتيجة المنتظرة من التجربة تستخدم البيانات المتاحة من القنوات الموجودة، مثل نسب المبيعات؛ فيمكن النظر إلى التباين في البيانات التاريخية لاتخاذ قرار أكثر وضوحاً بشأن بنود البيانات المطلوبة، ويمكن اللجوء إلى مساعدة خبير في منهجيات التجارب لتحديد إذا ما كانت التجربة تؤدي إلى نتائج أفضل مع تصميم أكثر تعقيداً، وقد يكون قبل الاختبار أو بعده مع مجموعة التحكم أو تصميم متضاعف، بدلاً من تصميم بسيط لمراقبة الاختبار.

أثناء التفكير في هذه الأسئلة، يتعين على القائم بالتجربة أيضاً أن يسأل نفسه عما إذا كانت الأحداث المحيطة التي لا تمثل متغيرات في النتيجة المرجوة يمكن لها أن تؤثر في نتائج الدراسة أو لا تؤثر، وإذا كانت هذه الأحداث خارج السيطرة؛ فقد يكون من الأوفق تغيير توقيت أو إعدادات البحث، أو حتى إعادة التفكير في التجربة برمتها.[20]

ويتعين على القائم بالتجربة أن يتأكد من قياس كل ما يُهِمُّ التجربة كلما كان ذلك ممكناً، والذي قد يشمل خصائص الأفراد موضوع الملاحظة والبحث (على سبيل المثال الخصائص الديموغرافية؛ أي: التركيبة السكانية أو السلوكيات). وطالما أن إعادة التجربة ستكون مكلفة؛ فمن الأفضل في كثير من الأحيان جمع أكبر قدر من البيانات بدلاً من النذر اليسير منها طالما تسمح الميزانية بذلك.

والاعتبارات العملية للتجريب -على سبيل المثال- في متاجر بيع التجزئة غالباً ما تنطوي على إشكالية إذا ما كان ينبغي استخدام أرقام المبيعات لفترة زمنية معينة أو سلوك فردي باعتبارهما وحدة التحليل؛ فالمبيعات اليومية أو الأسبوعية يسهل جمعها، لكن هذا النهج يستلزم عادة استمرار التجربة لفترة أطول من الوقت. ومن وجهة نظر العلوم السلوكية-وليس الأعمال- فإن ذلك يتضمن المعلومات غير المرغوب فيها من هذه البيانات إذا كان المستهدف مجموعات محدَّدة من العملاء، أو إذا كان العملاء موضوع المعالجة التجريبية غير محدَّدين على وجه الدقة. وينبغي أن يكون حجم العينة كافياً للتأكد من دقة النتائج، فكلما كان حجم العينة كبيراً كان أفضل؛ وهو ما يؤدي إلى بناء السياسات على أساس متين. ويُفترض أيضاً أن يتم التوزيع بحسب المجموعات على أساس عشوائي لتفادي تأثير العديد من العوامل مثل العوامل الاجتماعية المرتبطة بالجنس والعمر.[21]

(3) تنفيذ الاختبار:

قد تعترض التجربة مشكلة الخدمات اللوجيستية لتنفيذ التجربة فعلياً في الواقع، وقد يكون تقديم التدخل الذي أسفرت عنه التجربة محفوفاً بصعوبات مختلفة. ومفتاح إجراء الاختبار بنجاح هو ضمان أن يُجرَى التدخل أو التدخلات وقياس النتائج المترتبة

عليها بالطريقة المقصودة في الأصل؛ أي أن يتفق الواقع مع النظرية. وقد يشتمل ذلك على مراقبة التدخل مباشرة، أو تكليف الموظفين بالإبلاغ عن أي أحداث غير طبيعية. ولا بد من إجراء مناقشات مفتوحة مع أصحاب المصلحة الرئيسيين في وقت مبكر من العملية حول الأخطاء التي يمكن أن تحدث من التجربة، بما في ذلك المتغيرات المحتملة، التي قد تُحدِث لبساً أو تُحيِّر القائم بالتجربة؛ لأن هذا سوف يساعدك على التعامل مع المشكلات في وقت لاحق، أو التأكد من عدم حدوثها في المقام الأول.

ومن المسائل التي يجب الاهتمام بها، الأثر المحتمل لوعي الناس بالتجربة، وأثر ذلك في النتائج السلوكية. ونأخذ على سبيل المثال المواد التجريبية في دراسة نظافة اليد -فهو من أهم الأمثلة- ذلك أن الناس يشعرون أنهم قيد الملاحظة لمتابعة قيامهم بغسل أيديهم من عدمه، وبالمثل فإن العاملين في مجال بيع التجزئة في المتاجر هم على بيِّنة من مشاركتهم في دراسة قد يؤثرون سهواً في مشتريات العملاء.[22]

ويمكِن معالجة المشاكل المحتملة المتعلقة بالخطأ البشري من خلال توفير التدريب المناسب للعاملين، أو عيِّنة التجربة، أو إعطائهم التعليمات الواضحة. ومن الأمور الجيدة أيضاً، الاستعداد للمشكلات الفنية، خاصة إذا كنت تقوم بالاختبارات في مواقع عدة. وعلى سبيل المثال؛ فقد تحتاج إلى الاستعداد للإخفاقات التقنية المحتملة ذات الصلة بالتدخل أو بالقياس الذي قد يحدث بسبب الإفراط في أخذ العينات لمواقع عدة في التجربة.

(4) تحليل النتائج:

يحتاج القائمون بالتجربة في مرحلة التحليل إلى معرفة إذا ما كانت هناك اختلافات في النتائج بين مجموعات الاختبار والمجموعة الضابطة، أو التغير في النتائج بين الفترات التجريبية المختلفة، وإذا ما كانت هذه الاختلافات ذات دلالة إحصائية. ويمكن أن يكون تحليل البيانات التي تم جمعها من التجربة سهلاً نسبياً إذا تم اتباع تصميم أساسي للاختبار والمجموعة الضابطة (على سبيل المثال، إجراء اختبار مستقل يتضمن عينات

اختبارية)، وقد تحتاج التصميمات الأكثر تعقيداً أو التحليلات الأكثر عمقاً إلى مساعدة خبير إحصائي.[23]

وعندما يتم تحليل نتائج التجربة التي قمت بها؛ فإنه من المستحسن إلقاء النظر على مختلف المجموعات الفرعية من عينة التجربة، مثل مقارنة عدد الممرضات بعدد الأطباء في دراسة الالتزام بنظافة اليدين في المستشفيات، أو اختلاف الشرائح المختلفة من العملاء في تجربة تأطير الخصومات على منتج ما. وبدلاً من ذلك، قد ترغب في تحديد كيفية تفاعل أنواع مختلفة من المواقع الداخلة في التجربة مع التدخل. وعلى سبيل المثال، هل يستجيب العاملون في المستشفى (أ) بشكل مختلف للتدخل في نظافة اليدين عن المستشفى (ب)؟ وما أثر طرح إطار للخصم في شكل جديد على سلوك الشراء في المتاجر الموجودة في الأحياء الغنية مقارنة بالسلوك في الأحياء الأقل ثراءً؟ وبطبيعة الحال لا بد من توقُّع المتغيرات التي يمكن أن تكون موضع اهتمام في مرحلة تصميم الأبحاث.

ويشمل التحليل الإحصائي للتجارب -عادةً- ما يُسمى متغيرات التحكم، التي يجب توقُّعها في مرحلة تصميم البحث من أجل تجميع البيانات المطلوبة على وجه الدقة. وهذه العوامل يمكن قياسها خارج سيطرة القائم بالتجربة، التي قد تلعب دوراً في التأثير في نتائج الفائدة المرجوة. وفي تجربة المستشفى -على سبيل المثال- يمكن أن تشمل قياس تغيرات عبء العمل على العاملين، وفي حالة البيع بالتجزئة يمكن التحكم في عوامل تسويقية أخرى تعمل بشكل متزامن مع التدخل (على الرغم من أن التصميم الذكي سيحاول تجنُّب الاختلافات في أنشطة التسويق الأخرى والتي يمكن أن تفسد التجربة في المقام الأول).[24]

إن التجارب العشوائية المحكومة تتشابه مع التجارب التي تقوم بها الأعمال التي تقيس تأثير التدخل في المبيعات، والتي تقدم أحياناً مجموعة من المتغيرات المختلفة التي يمكن أن يتضمنها التحليل. وقد يميل ممارسو التجربة إلى اختبار أيٍّ من المتغيرات التي

تأثرت بالتدخل، وهذا يمكن أن يكون مشكلة؛ لأن البحث التجريبي هو اختبار الفرضيات المحددة مسبقاً لاستكشاف البيانات، وهذا يزيد من احتمالات العثور على نتيجة ذات دلالة إحصائية عن طريق المصادفة وحدها (إيجابية كاذبة) مع عدد من متغيرات النتائج التي ما زالت قيد البحث والفحص، حتى إذا تم تصحيح هذه المشكلة في التحليل، فقد يناضل الباحثون أيضاً في تفسير ذلك. وفي إدراك الماضي/ واعتماداً على ما سبق، فالنتيجة والجهد المحتمل مرتبطان ببعضهما ببعض وبمتغير لم يكن جزءاً من اختبار الفرضيات الأصلي.

(5) التعلم من النتائج

بعد تحليل البيانات الناتجة من التجربة قد تصل إلى استنتاج مفاده، الحاجة إلى المزيد من الاختبارات لتوضيح النتائج، أو قد تقرر إعادة التجربة مع تفعيل تدخلات مختلفة تماماً. ويتضمن اختبار التدخل دائماً مخاطر عدم العثور على اختلافات بين الاختبار ومجموعة التحكم، وهذا في حد ذاته يعد اكتشافاً مهماً للوقوف على ما يصلح وما لا يصلح، وقد يقرر القائم بالتجربة تضمين مجموعات مختلفة من اختبارات متعددة أو تدخلات أقل تحفظاً في المستقبل.[25]

وإذا كان القائم بالتجربة واثقاً من نجاح تدخله؛ فإنه -من ثم- مستعد لتنفيذه عملياً، سواء كانت سياسة حكومية، أو برنامجاً تسويقياً. وإذا كنت ترغب في نمو ثقافة "اختبر وتعلم" في مؤسستك فلا بد من الاهتمام بإنشاء قاعدة بيانات بالتجارب التي قمت بها وما توافر لديك من معارف متنوعة، التي اكتسبتها قبل أو في أثناء أو بعد التجربة، إلى جانب فهمك الممارسة التجريبية كجزء من هذه المعارف. ومن الأمور الجيدة التي يجب أن تتحلى بها لتحقيق النمو المستدام أن تظل تسأل نفسك عن كيفية التحسين في كل الجوانب وليس في مستوى القوة فقط، بل في كفاءة الأساليب التي تستعملها أيضاً، فعلى سبيل المثال، قد تتمكن من الوصول إلى بيانات ثانوية تسمح لك بالنظر في التدخلات بأثر رجعي في تجربة طبيعية.

ولا بد من مراجعة السياسات والاستراتيجيات القائمة والتدخلات التي تمت للاستفادة من النتائج. فقد يكون من السهل المضي قدماً في تطبيق التدخلات التي تم التوصل إلى نتائج إيجابية حولها، والتحدي هو في مراجعة التدخلات القائمة بعد ثبوت عدم فاعليتها. ولذا، يجب عرض النتائج والاستفادة منها على أعلى المستويات، والعمل على الاستفادة من النتائج للمضي قدماً في تعميم نتائج التجربة؛ إما بتنفيذ التدخلات على نطاق أوسع، وإما بمراجعة السياسات والبرامج والاستراتيجيات السابقة. وفي النهاية، تعتبر هذه العملية مستمرة لأغراض التحسين وتهذيب السياسات والبرامج لتحقيق أهدافها، وبناء السياسات والبرامج على الأدلة والبراهين العلمية.[26]

الهوامش

مقدمة

1 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness* (New Haven, CT: Yale University Press, 2008).

2 في عالمنا العربي لم تُجرَ مناقشة الاقتصاد السلوكي بالقدر الذي يستحقه هذا العلم، وإن كانت هناك بدايات طيبة تمهد الطريق إلى ذلك؛ إذ نظمت وكالة شؤون خدمة المجتمع وتنمية البيئة بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة القاهرة، حلقة نقاشية بعنوان "إطلالة على الاقتصاد السلوكي" في نوفمبر 2017، وشاركت فيها الدكتورة شيرين الشواربي، وكيل الكلية لشؤون خدمة المجتمع والبيئة، والدكتور جودة عبدالخالق، وزير التموين الأسبق. وعَقد المركز المصري للدراسات الاقتصادية حلقة نقاشية أخرى بعنوان "الاقتصاد السلوكي: منظور جديد للتحليل الاقتصادي – تطبيقات على التنمية المحلية". وترأس الندوة المهندس طارق توفيق، نائب رئيس مجلس إدارة المركز؛ والدكتورة عبلة عبد اللطيف، المدير التنفيذي ومدير البحوث بالمركز، واللواء أبو بكر الجندي، وزير التنمية المحلية؛ والدكتور محمد الكومي، أستاذ الاقتصاد المساعد، بالجامعة الأمريكية بالقاهرة؛ وذلك في مارس 2018.

3 هناك بعض الإسهامات باللغة العربية حول الاقتصاد السلوكي جاءت في شكل مقالات نشرت في الصحف الإلكترونية. ومنها "الاقتصاد السلوكي في خدمة الناس" ونشرت في صحيفة مال الاقتصادية بقلم الأستاذ الدكتور أحمد الزهراني. و"الاقتصاد السلوكي" للدكتور جواد العناني. وبقلم الدكتور حسن العالي "الاقتصاد السلوكي.. تغيير سلوك المستهلك والمنشآت الاقتصادية" ونُشرت في دار الخليج. وأخرى بعنوان "خبراء: الاقتصاد السلوكي اتجاه عالمي يسهم في رفع معدلات التنمية" للأستاذ علاء أحمد، ونشرت في جريدة الأهرام. و "دور الاقتصاد السلوكي في تصميم السياسات العامة" كتبها عبدالله بن ربيعان. و"الاقتصاد السلوكي والصيرفة الإسلامية" ونشرت جريدة الحياة السعودية، بقلم عدنان أحمد يوسف. ومقالة أخرى بعنوان "كيف يستفيد المستثمرون في الرعاية الصحية من الاقتصاد السلوكي؟"، كتبها الأستاذ الدكتور، أسامة محمد عبد المجيد إبراهيم، ونشرت في جريدة الرؤية العُمانية. وأخرى بعنوان "الاقتصاد السلوكي وتصحيح القرارات الخاطئة فبراير" بقلم الأستاذ إيهاب علي النواب، ونشرت في شبكة النبأ المعلوماتية التابعة للمنظمة العربية للتنمية الإدارية.

الفصل الأول

1 حازم الببلاوي، "كلّنا اقتصاديون دون أن ندري"، **الأهرام** (القاهرة)، 16 مارس 2008.
http://www.ahram.org.eg/Archive/2008/3/16/Opin3.htm

2 المرجع السابق.

3 انظر في تلخيص أساسيات الاقتصاد الكلاسيكي: حازم الببلاوي، **دليل الرجل العادي إلى تاريخ الفكر الاقتصادي** (القاهرة: دار الشروق، 1995)، ص ص 51–77.

4 John von Neumann & Oskar Morgenstern, *Theory of Games and Economic Behavior* (Third Ed.), (Princeton, NJ, US: Princeton University Press (1953) [1944]), 1–20.

5 Oskar Morgenstern, *Utility* (New York: State University of New York Press, 1976), 64–71.

6 Gary S. Becker, *The Economic Approach to Human Behavior* (Chicago, US: The University Press of Chicago, 1976), published 1990, 1–9.

7 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*, 7–9.

8 انظر: حازم الببلاوي، "كلنا اقتصاديون دون أن ندري"، مرجع سابق.

9 وإذا كانت الأسواق المالية هي انعكاس حقيقي لقيمة الشركات، فكيف لسوق المال الأمريكي أن يهبط بنسبة 5٪ في يوم واحد إبان أزمة "التراجع العظيم The Great Recession 2008". ما الذي حدث للشركات في أرض الواقع، لتنخفض قيمتها السوقية بهذا الشكل؟

10 Kenneth Arrow, “Utilities, Attitudes, Choices: A Review Note,” *Econometrica* (1958): 1–23. Also see, Anton Barten & Volker Böhm, “Consumer Theory”, in, Kenneth Arrow and Michael Intrilligator, *Handbook of Mathematical Economics*, Vol. II, (1982): 384.

11 في هذا المقام نستعرض الأفكار النظرية المكونة للاقتصاد السلوكي بصورة إجمالية لتمهيد الفكرة، ثم يتم تناولها بشيء من التفصيل في الفصل القادم.

12 انظر كتاب آدم سميث، ويكنى بـ "أبو الاقتصاد الكلاسيكي":
Adam Smith, *Theory of Moral Sentiments* (London, UK: Millar, 1759), 1-33.

13 موريس فليكس تشارلز آليه، عالم فيزياء واقتصاد فرنسي، ولد في 31 مايو 1911 وتوفي في 9 أكتوبر 2010، حصل على جائزة نوبل في العلوم الاقتصادية بالاشتراك مع العالمين جون هيكس وبول ساموبلسن في عام 1988 وذلك عن إسهاماته الرائدة في نظرية الأسواق وكفاءة استخدام الموارد، لكون العلماء الثلاثة صاغوا فكرة التنظيم الذاتي للأسواق. وتعد أعمال "آليه" من البدايات المبكرة للاقتصاد السلوكي.

14 Maurice Allais, “The Rational Man: Behavior before Risk. Criticisms of Postulates and Axioms of the American School.” *Econometrica* 21, (1953): 503-546.

15 Milton Friedman, *Essays in Positive Economics*, (Chicago, US: University of Chicago Press, 1953), 3-16, 30-43.

16 Herbert A. Simon, “A Behavioral Model of Rational Choice”, *Quarterly Journal of Economics* 69, (1955): 99-118.

17 Richard.H. Thaler, “Mental Accounting and Consumer Choice,” Marketing Science 4, (1985): 199-214.

18 Richard H. Thaler, “Mental Accounting Matters,” *Journal of Behavioral Decision Making*, 12, (1999): 183-206.

19 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*, 7-9.

20 Gary S. Becker, *The Economic Approach to Human Behavior*.

21 Amos Tversky & Daniel Kahneman, “Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases,” *Science 185*, (1974):1124-1131.

22 Daniel Kahneman, *Thinking, Fast and Slow* (New York, US: Farrar, Straus and Giroux, 2012) 1-20.

23 سمير الشناوي. "تجربة النقود: السلوك الاقتصادي المشترك بين البشر والقرود- كيف تعلمت القرود مفهوم النقود: تجربة معملية في إطار الاقتصاد السلوكي". **المحطة**، مجلّة إلكترونية. في 15 مارس 2018. تاريخ الزيارة، يناير 2019، على الرابط: https://elmahatta.com.

24 Laurie Santos, “A Monkey Economy as Irrational as Ours,” June 15, 2014, http: //www.ted.com/speakers/laurie_santos.html. visited jan 2019.

25 Herbert Gintis, *The Bounds of Reason: Game Theory and the Unification of the Behavioral Sciences*, (Princeton, US: Princeton University Press, 2009), 1-30.

26 Venkat Lakshminarayanan et.al, “The Evolution of Decision-making under Risk: Framing Effects in Monkey Risk Preferences,” *Journal of Experimental Social Psychology*, 47 (2011): 689-693.

27 Gerd Gigerenzer & Daniel Goldstein, “Reasoning the Fast and Frugal Way: Models of Bounded Rationality,” *Psychological Review*, 103 (1996): 650-669.

28 Catrin Rode & Xiao Wang, “Risk-sensitive Decision Making Examined Within an Evolutionary Framework,” *American Behavioral Scientist*, 43, 6, (2000): 926-939.

29 Paul W. Glimcher (et. al), *Neuroeconomics: Decision-making and the Brain* (New York, US: Academic Press, 2009). 1-40. Also see Colin Camerer et.al, “Neuroeconomics: How Neuroscience Can Inform Economics,” *Journal of Economic Literature*, 43 (2005): 9-64.

30 Molly J. Crockett (et. al.), “How Serotonin and Dopamine Shape Moral Decision-making”, Paper delivered at the Society for NeuroEconomics Annual Meeting, September 2014, Miami, Florida.

31 Ian Krajbich (et. al), “Eye Movements Reveal the Effect of Branding on Consumer Decisions”, Paper delivered at the Society for NeuroEconomics Annual Meeting, September 2014, Miami, Florida.

32 A. Nadler (et. al.), “Testosterone and Trading: Biological Driver of Mispricing’’, Paper delivered at the Society for NeuroEconomics Annual Meeting, September 2014, Miami, Florida.

33 Nina Mazar (et. al.), “The Origin of the Pain of Paying: Evidence from fMRI and Behavioral Experiments”. Paper delivered at the Society for NeuroEconomics Annual Meeting, September 2014, Miami, Florida.

34 Amitai Etzioni, “Behavioral Economics: Next steps,” *Journal of Consumer Policy*, 34, 3, (2011): 277-287.

35 Richard Nisbett (et al.), “Culture and Systems of Thought: Holistic versus Analytic Cognition,” *Psychological Review*, 108, (2001): 291-310.

36 Hazel Rose Markus & Shinobu Kitayama, “Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion and Motivation,” *Psychological Review*, 98, (1991): 224-253.

37 S. Keegan, *Qualitative Research: Good Decision Making through Understanding People, Cultures and Markets*, (London, UK: Kogan Page. 2009), 1-50.

38 Alain Samson, *The Behavioral Economics Guide 2015* (with an introduction by Dan Ariely), Retrieved from http://www.behavioraleconomics.com, (2015), 1-2.

الفصل الثاني

1 العالم جاري س. بيكر Gary S. Becker –الحاصل على جائزة نوبل في العلوم الاقتصادية عام 1992.

2 Gary S. Becker, *The Economic Approach to Human Behavior* (Chicago, US: University of Chicago Press, Economics Books, 1978), 1-7.

3 Ibid.

4 Gary S. Becker, “Nobel Lecture: The Economic Way of Looking at Behavior,” *The Journal of Political Economy*, 101, 3 (1993): 385-409.

5 دانيال كانيمان –الفائز بجائزة نوبل في العلوم الاقتصادية عام 2002، وهو شخصـية علمية مرموقة، وصَفته مجلة ذي إيكونومست في أحد أعدادها عام 2015 بأنه واحدٌ من أفضل سبعة مفكرين في العالم.

6 Daniel Kahneman, & Amos Tversky, "Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk," *Econometrica*, 47, (1979): 263-291.

7 Amos Tversky & Daniel Kahneman, "Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty", *Journal of Risk and Uncertainty*, (1992): 297–303.

8 Irwin Levin (et.al.), "All Frames Are Not Created Equal: A Typology and Critical Analysis of Framing Effects," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 76, (1998): 149-159. Also see, Catrin Rode & Xt Wang, "Risk-sensitive Decision Making Examined Within an Evolutionary Framework," *American Behavioral Scientist*, 43(6), (2000): 926-935. Also see Amos Tversky & Daniel Kahneman, "The Framing of Decisions and the Psychology of Choice," *Science*, 211, 4481, (1981): 453-458.

9 Amos Tversky & Daniel Kahneman, "Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference-dependent Model," *Quarterly Journal of Economics*, 106 (4), (1991): 1039-1061.

10 Gächter S. Orzen (et.al.), "Are Experimental Economists Prone to Framing Effects? A Natural Field Experiment," *Journal of Economic Behavior & Organization*, 70, (2009): 443-446.

11 Amos Tversky & Daniel Kahneman, "The Framing of Decisions and the Psychology of Choice," 453-458.

12 Herbet Simon, "Rational Choice and the Structure of the Environment," *Psychological Review* 63, 2 (1956): 129-138.

13 Susan Fiske & Shelley E. Taylor, *Social Cognition* (2nd ed.) (New York: McGraw-Hill, 1991), 5-25.

14 Herbet Simon, *Rational Choice and the Structure of the Environment*.

15 Gerd Gigerenzer & Daniel Goldstein, "Reasoning the Fast and Frugal Way: Models of Bounded Rationality," *Psychological Review*, 103, (1996): 650-669.

16 Daniel Kahneman, "Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics," *The American Economic Review*, 93, (2003): 1449-1475.

17 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*, 75-77.

18 Carlo Diclemente (et. al.), "The Role of Feedback in the Process of Health Behavior Change," *American Journal of Health Behavior*, 25 (2001): 217-227.

19 Dan Ariely, *Predictably Irrational* (New York: Harper Collins, 2008), 1-30.

20 Dan Ariely (et.al.), “Coherent Arbitrariness: Stable Demand Curves without Stable Preferences,” *Quarterly Journal of Economics,* 118, (2003): 73-85.

21 Kirstina Shampanier (et.al.), “Zero as a Special Price: The True Value of Free Products,” *Marketing Science*, 26, (2007): 742-757.

22 Baba Shiv (et.al.), “Placebo Effects of Marketing Actions: Consumers May Get What They Pay For,” *Journal of Marketing Research,* 42, 4, (2005): 383-393.

23 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,* 10-14.

24 Richard Thaler, “Mental Accounting and Consumer Choice,” *Marketing Science*, 4, (1985): 199-214.

25 Richard Thaler, *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics,* (New York: W.W. Norton & Company, 2015), 55-80.

26 Richard Thaler, “Mental Accounting and Consumer Choice,” 199- 214.

27 Daniel Kahneman (et.al.), “Fairness and the Assumptions of Economics,” *Journal of Business*, 59, (1986): S285-S300.

28 Justine Hastings & Jesse M. Shapiro, “Fungibility and Consumer Choice: Evidence from Commodity Price Shocks,” *Quarterly Journal of Economics* 128, (2013): 1449-1498.

29 Richard Thaler, “Anomalies: Saving, Fungibility, and Mental Accounts,” *The Journal of Economic Perspectives*, 4, (1990): 193-205.

30 Hal Arkes & Catherine Blumer, “The Psychology of Sunk Costs,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes,* 35, (1985): 124-140.

31 Richard Thaler, “Mental Accounting Matters,” *Journal of Behavioral Decision Making,* 12, (1999): 183-189. See also, Scott I. Rick (et.al.), “Tightwads and Spendthrifts,” *Journal of Consumer Research,* 34, (2008): 767-782. See also Mayur M. Desai (et. al.). “How Credit Card Payments Increase Unhealthy Food Purchases: Visceral Regulation of Vices,” *Journal of Consumer Research*, 38 (2011): 505-524.

32 Justine S. Hastings & Jesse M. Shapiro, “Fungibility and Consumer Choice”.

33 Drazen Prelec & George Loewenstein, “The Red and the Black: Mental Accounting of Savings and Debt,” *Marketing Science,* 17, (1998): 4-14.

34 Eldar Shafir & Richard.H. Thaler, “Invest Now, Drink Later, Spend Never: On the Mental Accounting of Delayed Consumption,” *Journal of Economic Psychology*, 27, (2006): 694-712.

35 Hersh M. Shefrin & Meir Statman, “The Disposition to Sell Winners too Early and Ride Losers too Long: Theory and Evidence,” *Journal of Finance,* 40, (1985): 777-790.

36 Terrance Odean, “Are Investors Reluctant to Realize Their Losses?”, *Journal of Finance,* 53, (1998): 1775-1798.

37 Richard H. Thaler & Eric J. Johnson, “Gambling with the House Money and Trying to Break Even: The Effects of Prior Outcomes on Risky Choice,” *Management Science*, 36, (1990): 643-655. See also, Mathew Rabin & Georg Weizsäcker, “Narrow Bracketing and Dominated Choices,” *American Economic Review*, 99, (2009): 1508-1518. Also see George Loewenstein (et.al.), “Choice Bracketing”, *Journal of Risk and Uncertainty,* 19, (1999): 171-177.

38 Colin Camerer (et al.), “Labor Supply of New York City Cab Drivers: One Day at a Time,” *Quarterly Journal of Economics,* 112, (1997): 407-442.

39 Richard. H. Thaler (et.al.), “Deal or No Deal? Decision Making under Risk in a Large-Payoff Game Show,” *American Economic Review*, 98, (2008): 38-58.

40 Colin Camerer, Behavioral Game Theory (Princeton, NJ: Princeton University Press, 2003), 193-205.

41 Werner Güth (et al.), “An Experimental Analysis of Ultimatum Bargaining,” *Journal of Economic Behavior and Organization*, 3, (1982): 367-378.

42 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,* 19-22.

43 Ibid.

44 Alain Samson & Benjamin G. Voyer, “Emergency Purchasing Situations: Implications for Consumer Decision-making,” *Journal of Economic Psychology*, 44 (2014): 21-33. See also, Daniel Kahneman, *Thinking, Fast and Slow*, 1-10

45 Amos Tversky & Daniel Kahneman, “Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases,” *Science* (New Series), 185, (1974): 1124-1131.

46 George Loewenstein (et.al.), “Risk as Feelings,” *Psychological Bulletin*, 127, 2, (2001): 267-286.

47 Melissa L Finucane (et.al.), “The Affect Heuristic in Judgments of Risks and Benefits,” *Journal of Behavioral Decision Making,* 13, (2000): 1-17. See also, Amos Tversky & Daniel Kahneman, “Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases

48 David Halpern (et.al), *Mindspace: Influencing Behaviour Through Public Policy*, UK Cabinet Office, Institute for Government, 2010, www.instituteof government.org.uk/sites/default/files/publications/MINDSPACE-Practical-guide-final-Web-1.pdf.

49 Alain Samson & Benjamin G. Voyer, "Two Minds, Three Ways: Dual System and Process Models in Consumer Psychology," *Academy of Marketing Science Review*, 2, (2012): 48–71.

50 Durairaj Maheswaran (et.al.), "Brand Name as a Heuristic Cue: The Effects of Task Importance and Expectancy Confirmation on Consumer Judgments", *Journal of Consumer Psychology*, 1, (1992): 317-336.

51 Keith S. Coulter & Robin A. Coulter, "Size Does Matter: The effects of Magnitude Representation Congruency on Price Perceptions and Purchase Likelihood," *Journal of Consumer Psychology*, 15(1), (2005): 64–76.

52 Leon Festinger, *A Theory of Cognitive Dissonance*, (Stanford, US: Stanford University Press, 1957), 2-10. See also, Daniel Kahneman & Amos Tversky, "The Psychology of Preference", *Scientific American*, 246, (1982): 160-173

53 ويعالج العالم دوهيج قوة العادة وأثرها في البشـر في كتابه:

Charles Duhig, *The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business*, (New York, US: Random House, 2012), 5-25.

54 Brigitte C. Madrian & Dennis F. Shea, "The Power of Suggestion: Inertia in 401(k) Participation and Savings Behavior," *Quarterly Journal of Economics*, 116, (2001): 1149-1187. See also, William Samuelson & Richard Zeckhauser, "Status Quo Bias in Decision making," *Journal of Risk and Uncertainty*, 1 (1988): 7-17. See also George Goldstein (et.al.), "Nudge Your Customers Toward Better Choices," *Harvard Business Review*, 86, (2008): 99-105.

الفصل الثالث

1 Daniel Kahneman, "Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics,". *The American Economic Review*, 93, (2003): 1449-1475.

2 Daniel G. Goldstein & Gerd Gigerenzer, "Models of Ecological Rationality: The Recognition Heuristic," *Psychological Review*, 109, 1, (2002): 75-90.

3 Anuj K. Shah, & Daniel M. Oppenheimer, "Heuristics Made Easy: An Effort-reduction Framework," *Psychological Bulletin*, 134, 2, (2008): 207-222.

4 Melissa L. Finucane (et.al.), "The Affect Heuristic in Judgments of Risks and Benefits", *Journal of Behavioral Decision Making*, 13, (2000): 1-17.

5 Alain Samson & Benjamin G. Voyer, "Two Minds, Three Ways: Dual System and Process Models in Consumer Psychology," 48–71.

6 Amos Tversky & Daniel Kahneman, "Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases".

7 Brian Wansink (et.al.), "An Anchoring and Adjustment Model of Purchase Quantity Decisions," Journal of Marketing Research, 35, 1, (1998): 71–81.

8 Amos Tversky & Daniel Kahneman, "Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases".

9 Soontae An, "Antidepressant Direct-to-consumer Advertising and Social Perception of the Prevalence of Depression: Application of the Availability Heuristic," *Health Communication*, 23, 6, (2008): 499-505.

10 Chezy Ofir (et.al.), "Memory-based Store Price Judgments: The Role of Knowledge and Shopping Experience," *Journal of Retailing*, 84, 4, (2008): 414-423.

11 Daniel G. Goldstein & Gerd Gigerenzer, "Models of Ecological Rationality: The Recognition Heuristic", 75-90.

12 Daniel Kahneman & Amos Tversky, "Subjective Probability: A Judgment of Representativeness," *Cognitive Psychology*, 3, (1972): 430-454.

13 Robert Cialdini, *Influence: Science and Practice*, 5th ed. (Boston US: Pearson, 2008), 1-15.

14 Seung Yun Lee & Russell Seidle, "Narcissists as Consumers: The Effects of Perceived Scarcity on Processing of Product Information," *Social Behavior and Personality*, 40, 9, (2012): 1485-1500.

15 Gerd Gigerenzer & Daniel G. Goldstein, "Reasoning the Fast and Frugal Way: Models of Bounded Rationality," *Psychological Review*, 103, (1996): 650-669.

16 Robert Cialdini, *Influence: Science and Practice.*

17 Raymond S. Nickerson, "Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises," *Review of General Psychology*, 2, (1998): 175-220.

18 Erin M. Harley, "Hindsight Bias in Legal Decision Making", *Social Cognition*, 25, 1, (2007): 48-63.

19 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,* 31- 33.

20 Lee A. Kirkpatrick & Seymour Epstein, “Cognitive-experiential Self Theory and Subjective Probability: Further Evidence for Two Conceptual Systems”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 4, (1992): 534–544. See also, Katherine A. Burson (et. al.), “Six of One, Half Dozen of the Other: Expanding and Contracting Numerical Dimensions Produces Preference Reversals,” *Psychological Science*, 20, 9, (2009): 1074-1078.

21 Richard Thaler, “Toward a Positive Theory of Consumer Choice”, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1, (1980): 36-60.

22 Jason F. Shogren (et.al.), “Resolving Differences in Willingness to Pay and Willingness to Accept,” *American Economic Review* 84, (1994): 255-270.

23 Dan Ariely (et.al.), “The IKEA Effect: When Labor Leads to Love”, *Journal of Consumer Psychology*, 22, (2012): 453-460. See also, Justin Kruger (et.al), “The Effort Heuristic”, *Journal of Experimental Social Psychology*, 40, 1 (2004): 91-98.

24 رائد علم نفس المستهلك.

25 خبير الاقتصاد السلوكي بكلية إدارة الأعمال جامعة هارفارد في بوسطن بولاية ماساتشوستس.

26 Alistair Munro (et.al.), “Decoy Effects in Choice Experiments and Contingent Valuation: Asymmetric Dominance,” *Land Economics*, 84, 1 (2008): 115-127.

27 Richard E. Nisbett & Timothy DeCamp Wilson, “The Halo Effect: Evidence for Unconscious Alteration of Judgments”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 35 (1977): 250-256.

28 Pierre Chandon & Brian Wansink, “The Biasing Health Halos of Fast-food Restaurant Health Claims: Lower Calorie Estimates and Higher Side-dish Consumption Intentions,” *Journal of Consumer Research*, 34, 3 (2007): 301-314.

29 Christopher K. Hsee, “Less is Better: When Low-value Options are Valued More Highly Than High-value Options,” *Journal of Behavioral Decision Making*, 11, (1998): 107-121.

30 Anna C. Merritt (et.al.), “Moral Self-licensing: When Being Good Frees Us to Be Bad,” *Social and Personality Psychology Compass*, 4/5, (2010): 344-357.

31 Nina Mazar, & Chen-Bo Zhong, “Do Green Products Make up Better People?”, *Psychological Science*, 21, (2010): 494-498.

32 Edward L. Deci (et.al.), “A Meta-analytic Review of Experiments Examining the Effects of Extrinsic Rewards on Intrinsic Motivation”, *Psychological Bulletin*, 125, (1999): 627-668.

33 Bruno S. Frey & Lorenz Goette, “Does Pay Motivate Volunteers?”, *Working Paper Series*, 7. Institute for Empirical Research in Economics. University of Zurich, (1999): 1-5.

34 Don A. Moore & Paul J. Healy, “The Trouble with Overconfidence,” *Psychological Review*, 115(2), (2008): 502-517. See also, Roger Buehler (et.al.), “Exploring the “Planning Fallacy”: Why People Underestimate their Task Completion Times,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 3, (1994): 366-381.

35 Roy F. Baumeister (et.al.), “Making Choices Impairs Subsequent Self-control: A Limited Resource Account of Decision Making, Self-regulation, and Active Initiative,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 94, (2008): 883-898

36 Eric Johnson (et.al.), “Beyond Nudges: Tools of a Choice Architecture,” *Marketing Letters*, 23, (2012): 487-504.

37 Roy F. Baumeister (et.al.), “Free Will in Consumer Behavior: Self-control, Ego Depletion, and Choice,” *Journal of Consumer Psychology*, 18, 1, (2008): 4-13.

38 Amos Tversky, “Elimination by Aspects: A Theory of Choice,” *Psychological Review*, 79, (1972): 281-299.

39 Paul Rogers, “The Cognitive Psychology of Lottery Gambling: A theoretical review,” *Journal of Gambling Studies*, 14, (1998): 111-134.

40 Charles Duhig, *The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business.*

41 Wendy Wood & David T. Neal, “The Habitual Consumer”, *Journal of Consumer Psychology*, 19, (2009): 579-592.

42 Shane Frederick & George Loewenstein, “Hedonic Adaptation”, in Danniel Kahneman (et.al.), *Well-being: The Foundations of Hedonic psychology* (New York: Russell Sage Foundation, 1999). 302-329.

43 Michael J. Seiler (et.al.), “Regret Aversion and False Reference Points in Residential Real Estate”, *Journal of Real Estate Research,* 30, 4, (2008): 461-474.

44 Brian Wansink (et.al.), “Mindless Eating and Healthy Heuristics for the Irrational”, *American Economic Review*, 99, (2009): 165-169.

45 Eric Johnson (et.al.), “Beyond Nudges: Tools of a Choice Architecture”, 487-504.

46 Amaar Cheema & Dilip Soman, “The Effect of Partitions on Controlling Consumption”, *Journal of Marketing Research*, 45, 6, (2008): 665-675.

47 Ravi Dhar (et.al), “The Shopping Momentum Effect”, *Journal of Marketing Research*, 44, (2007): 370-378.

48 Daniel Kahneman & Amos Tversky, “Evaluation by Moments: Past and Future”, in Daniel Kahneman & Amos Tversky, “Choices, Values and Frames” (New York: Cambridge University Press, 1999). 2-23.

49 Barbara L. Fredrickson & Daniel Kahneman, “Duration Neglect in Retrospective Evaluations of Affective Episodes,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(1), (1993): 45-55.

50 Kenneth Arrow, “Utilities, Attitudes, Choices: A Review Note,” *Econometrica* (1958): 1–23.

51 Armin Falk (et.al.), “An Experimentally Validated Preference Module,” Retrieved from http: www.eea-esem.com/files/papers/eea-esem/ 2012/2688/FalkEtAl2012.pdf, 2012, 1:5.

52 Endel Tulving (et.al.), “Priming Effects in Word Fragment Completion are Independent of Recognition Memory,” *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*, 8, 4, (1982): 336-342.

53 Tanya L. Chartrand (et.al.), “Nonconscious Goals and Consumer Choice,” *Journal of Consumer Research*, 35, (2008): 189-201.

54 Sheila T Murphy & Robert. B. Zajonc, “Affect, Cognition, and Awareness: Affective Priming with Optimal and Suboptimal Stimulus Exposures”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, (1993): 723-729.

55 George Loewenstein (et.al.), “Risk as Feelings”, *Psychological Bulletin*, 127, 2 (2001): 267-286.

56 Colin Camerer, “Progress in Behavioral Game Theory”, *Journal of Economic Perspectives*, 11, (1997): 167-188. See also, Bruno S. Frey (et al), “Introducing Procedural Utility: Not Only What, But Also How Matters,” *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 160, (2004): 377-401. See also, Gregory Berns (et.al.), “Intertemporal Choice: Toward an Integrative Framework,” *Trends in Cognitive Sciences*, 11, 11 (2007): 482-488. See also, Colin Camerer & George Loewenstein, “Behavioral Economics: Past, Present and Future”, in Colin Camerer (et.al.), *Advances in Behavioral Economics*, (Princeton, NJ: Princeton University Press, 2004), 3-51.

الفصل الرابع

1 Shane Fredrick (et.al.), “Time Discounting and Time Preference: A Critical Review,” *Journal of Economic Literature*, 40 (2002): 351-358.

2 Warren K Bickel (et. al.), “Impulsivity and Cigarette Smoking: Delay Discounting in Current, Never, and Ex-smokers,” *Psychopharmacology*, 146, 4, (1999): 447-454.

3 David Laibson, “Golden Eggs and Hyperbolic Discounting”, *Quarterly Journal of Economics*, 112 (1997): 443-447.

4 Hal E. Hershfield (et.al.), “Increasing Saving Behavior through Age-progressed Renderings of the Future Self,” *Journal of Marketing Research*, 48 (2011): S23–S27.

5 Ted O'Donoghue & Matthew Rabin, “Doing it Now or Later,” *American Economic Review*, 89, 1, (1999): 103-113.

6 Daniel Read & George Loewenstein, “Diversification Bias: Explaining the Discrepancy in Variety Seeking between Combined and Separated Choices,” *Journal of Experimental Psychology*: *Applied*, 1 (1995): 34-49.

7 Barry Schwartz, *The Paradox of Choice: Why More is Less*. (New York: Harper Perennial, Ecco, 2004), 1-10. See also, Roy Baumeister (et al.), “Making Choices Impairs Subsequent Self-control: A Limited Resource Account of Decision Making, Self-regulation, and Active Initiative,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 94 (2008): 883-889.

8 جورج فرويد لوينشتاين، من مواليد 9 أغسطس 1955، خبير اقتصادي أمريكي. تتلمذ على يد العالم هربرت أ. سايمون بجامعة كارنيغي ميلون، يعمل مديراً لمركز أبحاث القرار السلوكي. ويعد من رواد الاقتصاد السلوكي (ويُعزى إليه أيضاً الاشتراك في تأسيسه) وعلم الاقتصاد العصبي. وهو حفيد عالم النفس الشهير سيجموند فرويد. ومن أهم أبحاث لوينشتاين انظر:

Daniel Read & George Loewenstein, “Diversification Bias: Explaining the Discrepancy in Variety Seeking between Combined and Separated Choices,” *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 1 (1995): 34-49

9 Dan Ariely & George Loewenstein, “The Heat of the Moment: The Effect of Sexual Arousal on Sexual Decision Making,” *Journal of Behavioral Decision Making*, 19 (2006): 87-98. See also, George Loewenstein, “Emotions in Economic Theory and Economic Behavior,” *The American Economic Review*, 90, 2, (2000): 426-432.

10 George Loewenstein (et.al.), “Projection Bias in Predicting Future Utility,” *Quarterly Journal of Economics*, 118, 4, (2003): 1209-1248.

11 Daniel T. Gilbert & Timothy D. Wilson, “Affective Forecasting”, *Advances in Experimental Social Psychology*, 35, (2003): 345-411.

12 David Halpern (et.al), *Mindspace: Influencing Behaviour Through Public Policy*, 2-15. See also, Robert Cialdini, “Activating and Aligning Social Norms for Persuasive Impact”, *Social Influence*, (2006): 3–15.

13 Alvin Ward Gouldner, “The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement”, *American Sociological Review*, 25, 2, (1960): 161-178.

14 David Halpern (et al.), *Mindspace: Influencing Behavior Through Public Policy*.

15 Carlo Diclemente (et al.), “The Role of Feedback in the Process of Health Behavior Change”, *American Journal of Health Behavior*, 25, (2001): 217-227. Also see, Jen Shang & Rachel Croson, “Field Experiments in Charitable Contribution: The Impact of Social Influence on the Voluntary Provision of Public Goods,” *The Economic Journal*, 119, (2009): 1422—1439.

16 Hunt Allcott, “Social Norms and Energy Conservation”, *Journal of Public Economics*, 95, 5, (2011): 1982-2095.

17 Elliot Aronson (et al.), *Social Psychology*, (Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 2005). 1-10. See also, Robert Cialdini (et al.), “Compliance with a Request in Two Cultures: The Differential Influence of Social Proof and Commitment/Consistency on Collectivists and Individualists”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, (1999): 1242-1245.

18 Abhijit Vinayak Banerjee, “A Simple Model of Herd Behavior”, *Quarterly Journal of Economics*, 107, (1992): 797-800. See also, Sushil Bikhchandi (et al.), “A Theory of Fads, Fashion, Custom and Cultural Change as Informational Cascades”, *Journal of Political Economy*, 100 (1992): 992-1000.

19 Lion Festinger, *A Theory of Cognitive Dissonance* (Stanford, US: Stanford University Press, 1957), 1-10.

20 ليون فستينجر، عالم نفس اجتماعي أمريكي، ولد عام 1919 وتوفي عام 1989. وهوصاحب نظرية التنافر المعرفي وقد وضعها عام 1957، ونظرية المقارنة الاجتماعية، بالإضافة إلى إسهامات أخرى قدمها في دراسة الشبكات الاجتماعية. قام بدراسة "لماذا يزداد إيمان الناس بمعتقداتها حتى بعد ظهور أدلة قوية تفنِّد حجَّتهم وتهدم مصداقيتها؟".

21 James Gardner, “March Bounded Rationality, Ambiguity, and the Engineering of Choice”, *The Bell Journal of Economics*, 9, 2, (1978): 587-600.

22 David Halpern (et al.), *Mindspace: Influencing Behavior Through Public Policy*, 2-15.

23 Victor Strecher (et al.), “Goal Setting as a Strategy for Health Behavior Change”, *Health Education Quarterly*, 22, (1995): 190-195.

24 Richard Thaler & Shlomo Benartzi, “Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving”, *Journal of Political Economy*, 112 (2004): S164-S167.

25 Paul Zak & Stephen Knack, "Trust and Growth," *Economic Journal*, 111 (2001): 295-321. See also, Armin Falk & Michael Kosfeld, "The Hidden Costs of Control", *American Economic Review*, 96 (2006): 1611–1620.

26 Ernst Fehr, "On the Economics and Biology of Trust", *Journal of the European Economic Association*, 7 (2009): 235-238. See also, Iris Bohnet (et al.), "Betrayal Aversion: Evidence from Brazil, China, Oman, Switzerland, Turkey, and the United States", *American Economic Review*, 98 (2008): 294-310.

27 Nina Mazar & Dan Ariely, "Dishonesty in Everyday Life and its Policy Implications", *Journal of Public Policy & Marketing*, 25 (2006): 1-21.

28 Ernst Fehr & Klaus M. Schmidt, "A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation", *The Quarterly Journal of Economics*, 114, (1999): 817-868.

29 Ernest Fehr & Simon Gächter, "Fairness and Retaliation: The Economics of Reciprocity", *Journal of Economic Perspectives*, 14, (2000): 159-167.

30 Alvin Ward Gouldner, "The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement", 161-168.

31 Robert Cialdini (et al.), "Reciprocal Concessions Procedure for Inducing Compliance: The Door-in-the-face Technique," *Journal of Personality and Social Psychology*, 31 (1975): 206-210.

32 Michael J. Barone & Tirthankar Roy, "Does Exclusivity Always Pay Off? Exclusive Price Promotions and Consumer Response", *Journal of Marketing*, 74, 2, (2010): 121-122.

الفصل الخامس

1 http://www.coathanger.com.au/archive/dibblys/loo.htm. The example is also discussed by Vicente (2006).
وقد جرى تناول مثال الذبابة بالتفصيل في كتاب الوكزة للعالمين ريتشارد ثالر وكاس سانستيان.

2 Robert Cialdini, "Crafting Normative Messages to Protect the Environment," *Current Directions in Psychological Science*, 12 (2003): 105–9.

3 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*, 4-10.

4 من الأمثلة على ذلك الطرف الثالث، ما يسمى تقنيات الالتزام commitment technologies، وهي التطبيقات الإلكترونية التي توجد في الهواتف النقالة وتساعد الناس على مراقبة

سلوكياتهم الصحية مثل مدة سيرهم على الأقدام، وعدد السعرات الحرارية التي تناولوها، ومدة استخدامهم الهواتف، وفيما أنفقوه من وقت على مواقع التواصل أو في البحث، وأخرى عن عدد السجائرالتي قاموا بتدخينها. وتبتكر شركات البرمجة والهواتف كل يوم مزيداً من البرامج التي ترتبط بالمساعدة على الالتزام بالسلوكيات الصحية.

وانظر أيضاً: Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,* 4-10.

5 تشير الأبحاث إلى ملاحظة طريفة، وهي أن المستهلكين ينتهي بهم المطاف إلى اختيار أكبر عدد من الميزات عندما يكونون في وضع حذف المواصفات أكثر مما إذا كانوا في وضع إضافة المواصفات، وهذا أمر طبيعي مع تأثير تجنب الخسارة. انظر:

Dhrubes Biswas, "The Effects of Option Framing on Consumer Choices: Making Decisions in Rational vs. Experiential Processing Modes", *Journal of Consumer Behaviour*, 8 (2009): 284-299.

6 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,* 4-10.

7 Ibid, 83.

8 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,* 11-20. See also, Eric J. Johnson & Daniel Goldstein, "Do Defaults Save Lives?" *Science*, 302 (2003): 1338-1339.

9 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,* 11-20.

10 Ibid.

11 Ibid.

12 Daniel Goldstein (et al.), "Nudge Your Customers toward Better Choices", *Harvard Business Review*, 86, (2008): 99-105.

13 Tory Higgins, "Value from Regulatory Fit", *Current Directions in Psychological Science*, 14 (2005): 209-213.

14 Eric Johnson (et.al.), "Beyond Nudges: Tools of a Choice Architecture", *Marketing Letters*, 23, 2 (2012): 487-504.

15 للاطلاع على القائمة انظر:

http://www.tif.us.edu.pl/download/2015010893532Nudge_Sunstein.pdf

16 Eric Johnson (et.al.), “Beyond Nudges: Tools of a Choice Architecture”.

17 Julian House & Elizabeth Lyons, “Towards a Taxonomy of Nudging Strategies”, *Research Report Series,* Rotman School of Management, University of Toronto, (2013): 4-5.

18 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,* 231-232.

19 Ibid.

20 Julian House & Elizabeth Lyons, “Towards a Taxonomy of Nudging Strategies”.

21 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,* 229-230.

22 Anna Breman, *Give More Tomorrow: A Field Experiment on Intertemporal Choice in Charitable Giving*, Working paper, Stockholm University, November 7, 2006, 1-3.

23 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,* 230.

24 Julian House & Elizabeth Lyons, “Towards a Taxonomy of Nudging Strategies”.

25 Cristiano Codagnone (et al.), “Nudging in the World of International Policymaking”, in Alain Samson, *The Behavioral Economics Guide 2015*, 11-12, retrieved from http://www.behavioraleconomics.com.

26 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,* 233.

27 Julian House & Elizabeth Lyons, “Towards a Taxonomy of Nudging Strategies”.

28 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,* 234-235.

29 Julian House & Elizabeth Lyons, “Towards a Taxonomy of Nudging Strategies”.

30 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*.

31 Julian House & Elizabeth Lyons, “Towards a Taxonomy of Nudging Strategies”.

32 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness.* See also, John Tierney, “Free and Easy Riders.” *New York Times*, June 17, 2006, Opinion section.

33 Julian House & Elizabeth Lyons, “Towards a Taxonomy of Nudging Strategies”.

34 Austan Goolsbee, “The Simple Return: Reducing America’s Tax Burden Through Return-Free Filing.” Brookings Institution website, July 2018. http://www.brookings.edu/papers/2006/07useconomics_goolsbee.aspx. See also, Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,* 230-231.

35 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,*4 .

36 Richard Thaler & Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness,* 4-5.

37 Ibid.

38 Ibid,4 -7.

39 Ibid.

40 Ibid.

41 Richard H. Thaler (et al.), “Choice Architecture”, April 2, 2010, available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=1583509,7 -9.

42 Donald Norman, *The Design of Everyday Things*, (Sydney: Currency, 1990).

43 Gawande Atul, “The Checklist”, *The New Yorker*, 83, no. 39, (2007): 86-95.

44 انظر:

Michael D. Byrne & Susan Bovair, “A Working Memory Model of a Common Procedural Error”, *Cognitive Science* 21, (1997): 31–61. See also Peter Pronovost (et al.), “An Intervention to Decrease Catheter-Related Bloodstream Infections In the ICU”, *New England Journal of Medicine,* 355, no. 26 (2006): 2725-2732.

45 Richard H. Thaler (et.al.), “Choice Architecture”, 11.

46 Ibid,10-12.

47 Ibid.

48 Ibid, 12-14.

49 انظر في التفاصيل كتاب عالم الاقتصاد ميلتون فريدمان:

Milton Friedman & Rose Friedman, *Free to Choose: A Personal Statement,* (New York, US: Harcourt Brace Jovanovich, 1980), 12-45.

50 Ian Dunt, “Nudge Nudge, Say No More. Brits’ Minds Will Be Controlled Without Us Knowing It”, *The Guardian,* February 5, 2014, www.theguardian.com/commentisfree/2014/feb/05/nudge-say-no-more-behavioural-insights-team. See also, Chris Branson (et al.), “Acceptable Behaviour: Public Opinion on Behaviour Change Policy”, Ipsos Mori 2012, Retrieved from http://www.ipsos-mori.com/researchpublications/publications/1454/ AcceptableBehaviour.aspx.

51 George Loewenstein (et al.), “Warning: You are About to be Nudged”., 2014, retrieved from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2417383.

52 Cass Sunstein, “Nudging: A Very Short Guide,” *Journal of Consumer Policy, 37*, 4 (2014): 583-588

الفصل السادس

1 مركز أبحاث القرار:

Center for Decision Research https://research.chicagobooth.edu/cdr

2 العالم ريتشارد ه. ثالر Richard Thaler من مواليد 12 سبتمبر 1945، اقتصادي أمريكي ويعد "أبو الاقتصاد السلوكي". وحصل في شهر أكتوبر عام 2017 على جائزة نوبل في العلوم الاقتصادية منفرداً -عادة ما يتم تقاسم الجائزة ما بين أكثر من عالم- ما يعد تقديراً كبيراً؛ وذلك عن مجمل إسهاماته في علم الاقتصاد السلوكي.

3 يعمل روان في الحزب رئيساً لمجموعة مستشاري (ستيف هيلتون – Steve Hilton).

4 كاس روبرت سانستين Cass Sunstein المولود في 21 سبتمبر 1954، أمريكي، عمل أستاذاً للقانون في جامعة هارفارد على مدار سبعة وعشـرين عاماً، متخصص في القانون الدستوري والإداري والبيئي والقانون السلوكي والاقتصاد السلوكي، وإبان رئاسة باراك أوباما للولايات المتحدة عمل مديراً لمكتب المعلومات والشؤون التنظيمية في البيت الأبيض. انظر في تفصـيلات هذا اللقاء ما قرره العالم ثالر نفسه في مقالته:

5 Richard. H. Thaler, “We Can’t do Evidence-based Policy Without Evidence”, *Edge*, November 17, 2012, https://www.edge.org/conversation/richard_h_thaler-we-cant-do-evidence.

6 Conservative Party ويطلق على حزب المحافظين: Tory Party، أو The Tories.

7 Institute for Government and Cabinet Office, “Mindspace: Influencing Behaviour through Public Policy”, London UK, 2010, 1-30.

8 انظر:

David Halpern (et al.), *Mindspace: Influencing Behavior Through Public Policy*. See also, Behavioural Insights Team, "EAST: Four Simple Ways of Applying Behavioural Insights, London, 2014, 1-20, www.behaviouralinsights.co.uk/publications.

9 «دعه يعمل laissez-faire .. دعه يمر laissez-passe» هو بمنزلة الشعار المثالي للرأسمالية، ويعني تقليص تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية إلى أضيق حد ممكن، وتحرير المعاملات والعلاقات الاقتصادية على أوسع نطاق بهدف الدفع بعجلة التنمية، وتصبح الأسواق حرة تلقائية تحكم نفسها بنفسها، وتعمل بكفاءة مثلى في ظل غياب التنظيم الحكومي.

10 لمشاهدة كلمة ديفيد كاميرون كاملة على منصة تيد:

https://www.ted.com/talks/david_cameron?language=en

11 Ipsos, Social Research Institute, "Acceptable Behaviour? - Public Opinion on Behaviour Change Policy", November 2010, http://www.behaviouralinsights.co.uk, 1-15.

12 نيستا، هي المؤسسة الوطنية للعلوم والتكنولوجيا والفنون، وهي مؤسسة خيرية مستقلة تعمل على زيادة القدرات الابتكارية في المملكة المتحدة. وتعمل من خلال مجموعة من البرامج العملية والاستثمار والسياسة والأبحاث، وتشكل شراكات مختلفة لتعزيز الابتكار في مختلف المجالات. وقد تأسست بهِبة قيمتها 250 مليون جنيه إسترليني من اليانصيب الوطني في إنجلترا.

13 انظر:

Laura Haynes (et al.), *Test, Learn, Adapt: Developing Public Policy with Randomised Controlled Trials* (London: Cabinet Office, 2012), 1-17. See also, Behavioural Insights Team, "EAST: Four Simple Ways of Applying Behavioral Insights".

14 روبرت بينو كيالديني (من مواليد 27 إبريل 1945) هو أستاذ علم النفس والتسويق في جامعة أريزونا، ويعمل أستاذاً زائراً للتسويق والأعمال في جامعتَي ستانفورد وكاليفورنيا. وتمت الاستعانة به، بالإضافة إلى العديد من علماء السلوك الآخرين في حملة باراك أوباما الرئاسية عام 2012.

15 Nanette Byrnes, "Behavioral Economics Taps Power of Persuasion for Tax Compliance", Reuters, October 29, 2012, https://www.reuters.com/article/us-usa-tax-behavior/behaveoral-economics-taps-power-of-persuasion-for-tax-compliance-idUSBRE89S0DD20121029.

16 UK Cabinet Office, Behavioural Insights Team, *Annual Update 2010-11* https://www.bi.team,

17 Ibid, 1-11.

18 Ibid.

19 UK Cabinet Office, “Better Choices: Better Deals – Consumer Powering Growth”, 2012, 1-10.

20 Ibid.

21 House of Lords, “Behaviour Change”, London, July 19, 2011, 1-14.

22 Behavioural Insights Team, *The Behavioural Insights Team’s Update Report: 2015-16*, London, 2016, 1-20. www.behaviouralinsights.co.uk/publications/thebehavioural-insights-teams-update-report-2015-16/.

23 White House Publications, “Using Behavioral Science Insights to Better Serve the American People”, White House Executive Order 13707 of September 15, 2015, Code of Federal Regulations,https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/FR-2015-09-18/pdf/2015-236 30.pdf.

24 Nico Pitney, “There’s A Virtuoso at The White House and The Work She’s Doing Is Fascinating”, *Huffpost*, November 10, 2015, https://www.huffpost.com/entry/maya-shankar-white house_n_563a843be4b0411d306f8bc7

25 Maya Shankar & Samouel McClure, “Dissociating Motivation from Reward in Human Striatal Activity”, *Journal of Cognitive Neuroscience*. Published online December 2013, https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5808846/.

26 Madrian Brigitte & Shea Dennis, “The Power of Suggestion: Inertia in 401(k) Participation and Savings Behavior,” *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 116, 4 (2001): 1149-1187.

27 Shlomo Benartzi & Richard H. Thaler, “Behavioral Economics and the Retirement Savings Crisis,” Science 339 (2013): 1152–1153.

28 White House Publications, “Using Behavioral Science Insights to Better Serve the American People”.

29 ديفيد لابسون، أول أستاذ للاقتصاد السلوكي رسمياً، وكان ذلك في عام 1994، وخصص ربع مجلة الاقتصاد التي تصدرها الجامعة لموضوع الاقتصاد السلوكي في عام 1999.

30 Social and Behavioural Sciences Team, Executive Office of the President, National Sciences and Technology Council, *Social and Behavioural Sciences Team: Annual Report*, Washington, D.C., (2016) https://sbst.gov/assets/files/2016AnnualReport.pdf . 1-20.

31 Ibid.

32 Ibid.

33 Ibid.

34 Eric Bettinger (et. al.), “The Role of Application Assistance and Information in College Decisions: Results from the H&R Block Fafsa Experiment,” *Quarterly Journal of Economics* 127 (2012): 1205–1242.

35 Social and Behavioral Sciences Team, Executive Office of the President, National Sciences and Technology Council, *Social and Behavioral Sciences Team: Annual Report.*

36 US Department of Education, “Fiscal Year 2016 Budget Summary and Background Information,” (2015), 40.

37 Social Behavioral Sciences Team, Executive Office of the President, National Sciences and Technology Council, *Social and Behavioral Sciences Team: Annual Report*.

38 Ibid.

39 Ibid.

40 Ibid.

41 Ibid.

42 Ibid.

43 Ibid.

44 OECD, “Behavioural Insights and Public Policy: Lessons from Around the World”, OECD Publishing, Paris, 2017, 5-12. http://dx.doi.org/10.1787/9789264270480-en.

45 Pete Lunn, “Regulatory Policy and Behavioural Economics”, OECD Publishing, Paris, 2014, 15-20. http://dx.doi.org/10.1787/9789264207851-en.

46 OECD, “Behavioural Insights and New Approaches to Policy Design: The Views from the Field”, OECD Seminar Summary, Paris, 23, 31, January 2015, 1-16. www.oecd.org/gov/behavioural-insights-summary-report-2015.pdf.

47 انظر: موقع **آيدياز 42** على الرابط: http://www.ideas42.org

وأيضاً: موقع **الشبكة الأوروبية للوكز**، على الرابط: http://tenudge.eu

48 OECD, “Work On Public Governance”, OECD Publishing, Paris, 2018, 1-30, https://www.oecd.org/gov/work-on-public-governance-and-territorial-development.pdf.

49 Emanuele Ciriolo, “Behavioural Economics in the European Commission: Past, Present and Future,” Oxera Agenda, 2011, http: //www.oxera.com/Oxera/media/Oxera/down loads/Agenda/Behaviouraleconomics-in-the-EC_1.pdf? Ext=.pdf, 1-5

50 انظر: موقع **الوحدة الأسترالية**، على الرابط: https://behaviouraleconomics.pmc.gov.au/

51 OECD, “Behavioural Insights and Public Policy: Lessons from Around the World”, 7-29.

52 Ibid.

53 Ibid.

54 Ibid.

55 انظر: معهد روتمان، على الرابط:
http://www.rotman.utoronto.ca/FacultyAndResearch/ResearchCentres/BEAR

56 موقع وحدة **الوكز الفرنسية**، على الرابط: http://frenchnudgeproject.fr/team/?lang=en

57 World Bank, *World Development Report 2015: Mind, Society, and Behavior*, World Bank, 2015, 3-14.

58 موقع **وحدة الاقتصاد السلوكي اللبنانية**، على الرابط: https://nudgelebanon.org/who-we-are2019

59 موقع **وحدة الاقتصاد السلوكي اللبنانية (التجارب)**، على الرابط:
https://nudgelebanon.org/category/experiments

60 موقع **وحدة الاقتصاد السلوكي اللبنانية (المؤتمر)**، على الرابط:
https://nudgelebanon.org/bxarabia2019

61 موقع **النشرة**: https://www.elnashra.com

62 موقع **المركز الوطني للدراسات الاستراتيجية التنموية**، على الرابط: .https://www.csd.gov.sa/ar

63 وهو مؤتمر إلكتروني، قدمه عضو هيئة التدريب بالمعهد الأستاذ الدكتور أحمد الزهراني، موقع المؤتمر، على الرابط: https://www.ipa.edu.sa/ar-sa/Pages/default.aspx

64 موقع **وحدة التصور السلوكي**، على الرابط:
https://www.csd.gov.sa/ar/activities/altswyr-alslwky

65 انظر: موقع **شركة هوز**، على الرابط: /https://hawaz.com.sa

66 موقع **وحدة الاقتصاد السلوكي بشـركة هوز**، على الرابط:
https://hawaz.com.sa/service_behavioralpolicies/

67 موقع **المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب**، على الرابط: http://www.irti.org/Arabic/News/

68 موقع **شـركة أبواب**، على الرابط: http://www.aboab.com/aboab

69 موقع **جريدة الاتحاد**، على الرابط: https://www.alittihad.ae/article/

70 موقع **وكالة الأنباء الأردنية**، على الرابط: http://www.petra.gov.jo/

71 موقع **اللجنة العليا للمشـروعات والإرث**، على الرابط: https://www.sc.qa/ar/about

الفصل السابع

1 جمال سند السويدي، **وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك** (أبو ظبي: 2014)، ص ص 53–59.

2 حازم الببلاوي، **النظام الاقتصادي الدولي المعاصـر: من نهاية الحرب العالمية الثانية إلى نهاية الحرب الباردة**، سلسلة عالم المعرفة (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2000)، ص ص 140–150.

3 Richard Thaler & Cass Sunstein, “ *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*”.

4 Ibid.

5 Ibid.

6 Cass Sunstein & Richard Thaler, “The Dramatic Effect of a Firm Nudge”, *Financial Times*, August 13, 2008, http://www.ft.com/intl/cms/s/0/a050b970-68cf-11dd-a4e5-0000779fd18c.html#axzz3C39dJAsG.

7 هي أن يضع الشخص نفسه في مكان يرضـي الجناحَين اليمين واليسار وأن يلقى قبولهما. ويرضـى كلاهما عن أدائه.

8 Aditya Chakrabortty, “From Obama to Cameron, Why Do So Many Politicians Want a Piece of Richard Thaler?”, *The Guardian*, July 12, 2008, http://www.theguardian.com/politics/2008/jul/12/economy.conservatives

9 Ibid.

10 Richard Thaler & Cass Sunstein, “*Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*”, 9-11.

11 Ibid.

12 Ibid.

13 Uri Gneezy & John List, *The Why Axis: Hidden Motives and the Undiscovered Economics of Everyday Life*, (New York, NY: Public Affairs. 2013), 1-15.

14 Brian Wansink, *Slim by Design: Mindless Eating Solutions for Everyday Life*, (New York, US: William Morrow and Company, 2014), 1-25.

15 Richard Thaler, *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics*, (New York, US: W. W. Norton & Company, 2015), 1-22.

16 Dan Ariely, *Irrationally Yours: On Missing Socks, Pickup Lines, and Other Existential Puzzles*, (New York, NY: Harper Perennial, 2015), 5-35.

17 Ralph Keeney, “Personal Decisions Are the Leading Cause of Death”, *Operations Research*, 56, (2008): 1335-1347.

18 لمزيد من التفاصيل حول المركز ودراسته، انظر: https://chibe.upenn.edu

19 KevinVolpp (et al.), “A Randomized, Controlled Trial of Financial Incentives for Smoking Cessation,” *The New England Journal of Medicine*, 360 (7), (2009): 699-709. http://dx.doi.org/10.1056/NEJMsa080681.

20 Kevin Volpp (et al.), “Financial Incentive–Based Approaches for Weight Loss: A Randomized Trial,” *Journal of the American Medical Association*, 2008, 300, 22, 2631–2637. https://jamanetwork.com/journals/jama/fullarticle/183047. See also, Mitesh S. Patel (et. al.), “Framing Financial Incentives to Increase Physical Activity Among Overweight and Obese Adults: A Randomized, Controlled Trial,” *Ann Intern Med*. 164:385–394, doi: 10.7326/M15-1635. (February 2016): 385:400.

21 الخطوات معروضة على موقع الشركة وهي بمنزلة النشاط الأساسي الذي تروج له:
https://www.wellthapp.com

22 أسامة محمد عبدالمجيد إبراهيم، "كيف يستفيد المستثمرون في الرعاية الصحية من الاقتصاد السلوكي؟"، على الرابط: http://www.usama-ibrahim.com/category

23 Robert Cialdini, *Influence: Science and Practice*, 1-25.

24 Ibid.

25 M. Hallsworth (et al.), “Stating Appointment Costs in SMS Reminders Reduces Missed Hospital Appointments: Findings from Two Randomised Controlled Trials”, PLOS ONE 10(9): e0137306. (2015), 1:14.

26 James J. Martin (et al), “Commitments, Norms and Custard Creams: A Social Influence Approach to Reducing Did Not Attend (DNAs),” *Journal of the Royal Society of Medicine*, 105 (2012) 101-104.

27 Richard Thaler & Cass Sunstein, “*Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*”,175-185.

28 Ibid.

29 Ibid.

30 لمعرفة المزيد حول التبرع بالأعضاء في الولايات المتحدة الأمريكية انظر:

Donate Life America 2009.

31 Richard Thaler & Cass Sunstein, “*Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness”.*

32 Illinois’ organ donation rate is compiled by Donate Life Illinois, www.donatelife illinois.org.

33 Eric J. Johnson & Daniel Goldstein, “Do Defaults Save Lives?” *Science* 302 (2003): 1338–39.

34 Ibid.

35 Julia Nafziger (et. al.), “Behavioral Economics of Education”, *Journal of Economic Behavior & Organization*. IZA Discussion Paper No. 8470, (2014): 1:5.

36 Adam Michael Lavecchia (et. al.), “Behavioral Economics of Education: Progress and Possibilities”, NBER Working Paper 20609, (2014): 1-10.

37 Ibid.

38 Lucy Martin, “More Kirk than Spock”, *The Economist*, May 9, 2015.

39 Lucy Martin, “Taxation, Loss Aversion, and Accountability: Theory and Experimental Evidence for Taxation’s Effect on Citizen Behavior”, 2014, unpublished manuscript, retrieved from http://sites.duke.edu/2014bmp/files/2014/10/Martin_TaxAcc.pdf.

40 Anandi Mani (et. al.), “Poverty Impedes Cognitive Function”, *Science 341*, 6149 (2013): 976-980.

41 Ibid.

42 Daniel Kahneman (et al.), “A Survey Method for Characterizing Daily Life Experience: The Day Reconstruction Method”, *Science*, 306 (2004): 1776-1780. See also, Daniel Kahneman & Angus Deaton, “A High income Improves Evaluation of Life but not Emotional Well-being,” *Proceedings of the National Academy of Sciences of the USA*, 107 (2010): 16489-16493.

43 Shane Frederick & George Loewenstein, “Hedonic Adaptation”, 302-329.

44 Roy F. Baumeister (et al.), “The Strength Model of Self-control,” *Current Directions in Psychological Science*, 16 (2007): 351-355.

- Roy F. Baumeister (et al.), “Making Choices Impairs Subsequent Self-control: A Limited Resource Account of Decision Making. Self-regulation and Active Initiative”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 94 (2008): 883-898.

- John Braithwaite, “Restorative Justice: Assessing Optimistic and Pessimistic Accounts”, *Crime and Justice*, 25 (1999): 100-127.

- Roy Baumeister (et. al.), “Social Exclusion Impairs Self-regulation”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 4 (2005): 589-604.

45 Dan Ariely (et. al.), “Ego Depletion Decreases Trust in Economic Decision Making,” *Journal of Experimental Social Psychology*, 54 (2014): 40-49.

46 Katarzyna Samson & Patrycjusz Kostyszyn, “Effects of Cognitive Load on Trusting Behavior: An Experiment Using the Trust Game”, PLoS ONE. (2015). 1-5. Retrieved from http://www.plosone.org/article/metrics/info:doi/10.1371/journal.pone.0127680.

الفصل الثامن

1 Alain Samson, *The Behavioral Economics Guide 2015 (with an introduction by Dan Ariely)*, 2015, 9-11. Retrieved from http://www.behavioraleconomics.com.

2 Paul Dolan (et al.), *Mindspace: Influencing Behaviour through Public Policy*, London, UK Cabinet Office, 2010.

3 Icek Ajzen, “From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavio”, In Julius Kuhl & Jiirgen Beckmann, *Action-control: From Cognition to Behavior,* (Heidelberg, Germany, Springer. 1985), 11-39. See also, www.behavioralsciencelab.com, www.brainjuicer.com.

4 Cristiano Codagnone (et al.), “Nudging in the World of International Policymaking”, In Alain Samson, *The Behavioral Economics Guide 2014 (with a foreword by George Loewenstein and Rory Sutherland)*, retrieved from http://www.behavioraleconomics.com, 2014, 51-58.

5 Folke Ölander & John Thøgersen, “Understanding Consumer Behaviour as a Prerequisite for Environmental Protection”, *Journal of Consumer Policy*, 18 (1995): 345-385. See also, James O. Prochaska & Carlo C. Diclemente, “Stages of Change in the Modification of Problem Behaviors”, in Michel Hersen (et al.), *Progress in Behavior Modification*, Vol. 28 (Terre Haute: Sycamore, 1992), 184-218. See also, Kenneth McLeroy (et al.), An Ecological Perspective on Health Promotion Programs, Health Education Quarterly, 15, 4, (1988): 351-377.

6 Cristiano Codagnone (et al.), “Nudging in the World of International Policymaking”.

7 جيمس ليند، هو طبيب أسكتلندي، ولد في أكتوبر 1716 وتوفي في يوليو 1794. وكان رائداً في مجال النظافة في البحرية الملكية. وأجرى أول تجربة سـريرية في تاريخ البشـرية. واكتشف تأثير فيتامين سـي على مرض الإسقربوط. وهو صاحب اقتراح الحصول على المياه العذبة عن طريق تقطير ماء البحر. وقدم أعمالاً متقدمة في ممارسة الطب الوقائي وتحسـين التغذية للبحارة.

8 Joseph Goodman (et. al.), “Data Collection in a Flat World: Strengths and Weaknesses of Mechanical Turk Samples”, *Journal of Behavioral Decision Making*, 26, 3 (2013): 213-224.

9 Gregory R. Mitchell, “Revisiting Truth or Triviality: The External Validity of Research in the Psychological Laboratory”, *Perspectives on Psychological Science*, 7, 2 (2012): 109-117.

10 Thomas Hayes Davenport, “How to Design Smart Business Experiments”, *Harvard Business Review*, 87, 2 (2009): 68-76. See also, Laura Haynes (et. al.), *Test, Learn, Adapt: Developing Public Policy with Randomised Controlled Trials*, London, UK Cabinet Office, 2012, 8-30.

11 Ibid.

12 Irwin Levin & Gary Gaeth, “Framing of Attribute Information Before and After Consuming the Product”, *Journal of Consumer Research*, 15 (1988): 374-378.

13 Tanjim Hossain & John A. List, “The Behavioralist Visits the Factory: Increasing Productivity Using Simple Framing Manipulations”, *Management Science*, 58 (2012): 2151-2167.

14 Eric Johnson (et. al.), “Framing, Probability Distortions, and Insurance Decisions”, *Journal of Risk and Uncertainty*, 7, 1 (1993): 35-51.

15 Ibid.

16 Richard. H. Thaler, “Toward a Positive Theory of Consumer Choice”, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1 (1980): 39-60. Also see, Tuba Tuncel & James Hammitt, “A New Meta-Analysis on the WTP/WTA Disparity”, *Journal of Environmental Economics and Management*, 68 (2014): 175-187.

17 John List, “Field Experiments: A Bridge Between Lab and Naturally Occurring Data”, *Advances in Economic Analysis & Policy*, 6, 2, Article 8 (2006): 1-10, https://www.nber.org/papers/w12992.pdf

18 Eric T. Anderson & Duncan I. Simester, “A Step-by-step Guide to Smart Business Experiments”, *Harvard Business Review*, 89, 3 (2011): 98-105. See also, Glenn W. Harrison & John A. List, “Field Experiments”, *Journal of Economic Literature*, 42, 4 (2004): 1013-1059.

19 A. Samson (Ed.), *The Behavioral Economics Guide 2015 (with an introduction by Dan Ariely)*, retrieved from. http://www.behavioraleconomics.com, 19-22.

20 Ibid.

21 Ibid.

22 Ibid.

23 Ibid.

24 Ibid.

25 Ibid.

26 Ibid.

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

الببلاوي، حازم. **دليل الرجل العادي إلى تاريخ الفكر الاقتصادي** (لقاهرة: دار الشـروق، 1995).

————— . **النظام الاقتصادي الدولي المعاصـر: من نهاية الحرب العالمية الثانية إلى نهاية الحرب الباردة**، سلسلة عالم المعرفة (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2000).

————— . "كلنا اقتصاديون دون أن ندري"، **الأهرام** (القاهرة) 16 مارس 2008.
http://www.ahram.org.eg/Archive/2008/3/16/Opin3.htm.

السويدي، جمال سـند. **وسـائل التواصـل الاجتماعـي ودورهـا في التحـولات المسـتقبلية: مـن القبيلـة إلى الفيسبوك** (أبوظبي، 2014).

ثانياً: المراجع الإنجليزية

• Books

Akerlof, George & Kranton, Rachel. *Identity Economics* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 2010).

Ariely, Dan. *Irrationally Yours: On Missing Socks, Pickup Lines, and Other Existential Puzzles*. (New York, NY: Harper Perennial, 2015).

Ariely, Dan. *Predictably Irrational*. (New York: Harper Collins, 2008).

Aronson, Elliot, (et al.). *Social Psychology* (5th Ed.) (Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. 2005).

Barten, Anton & Volker Böhm. *Consumer Theory* in Kenneth Arrow and Michael Intrilligator (eds.) *Handbook of Mathematical Economics*, Vol. II. (North-Holland. Amsterdam, 1982).

Camerer, Colin. *Behavioral Game Theory*. (NJ: Princeton University Press. 2003).

Camerer, Colin. et.al. (eds.), *Advances in Behavioral Economics*. (Princeton, NJ: Princeton University Press 2004).

—————— *Advances in Behavioral Economics*. (Princeton: Princeton University Press. 2011).

Cialdini, Robert. B. *Influence: Science and Practice*, 5th ed. (Boston: Pearson. 2008)

Dolan, Paul., (et.al.). *Mindspace: Influencing Behaviour through Public Policy*. (London, UK: Cabinet Office. 2010).

Duhigg, Charles. *The Power of Habit: Why we Do What We Do in Life and Business*. (New York: Random House. 2012).

Festinger, Leon. *A Theory of Cognitive Dissonance*. (Stanford: Stanford University Press. 1957).

Fiske, Susan & Taylor, Shelley, E. *Social Cognition* (2nd Ed.). (New York: McGraw-Hill. 1991).

Friedman, Milton & Friedman, Rose. *Free to Choose: A Personal Statement*. (New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1980).

Gary S. Becker. *The Economic Approach to Human Behavior*. (Chicago.The University press of Chicago. (1976) published 1990).

Gilovich, Thomas (et.al.). *Heuristics of Intuitive Judgment: Extensions and Applications*. (New York: Cambridge University Press. 2002).

Gintis, Herbert. *The Bounds of Reason: Game Theory and The Unification of The Behavioral Sciences*. (Princeton: Princeton University Press. 2009).

Glimcher, Paul (et al.). *Neuroeconomics: Decision-making and the Brain*. (New York: Academic Press. 2009).

Gneezy, Uri & List, John. *The Why Axis: Hidden Motives and The Undiscovered Economics of Everyday Life*. (New York: Public Affairs. 2013).

Kahneman, Daniel (et.al.). *Well-being: The Foundations of Hedonic Psychology*. (New York: Russell Sage Foundation. 1999).

——————— *Thinking, Fast and Slow*. (New York: Farrar, Straus and Giroux. 2011).

Kahneman, Daniel & Tversky, Amos. *Choices, Values and Frames*. (New York: Cambridge University Press. 1999).

Keegan, Sheila. *Qualitative Research: Good Decision Making Through Understanding People, Cultures and Markets*. (London: Kogan Page. 2009).

Morgenstern, Oskar. *Utility*. (New York University Press. 1976).

Neumann, John von & Morgenstern, Oskar. *Theory of Games and Economic Behavior* (Third Ed.). (Princeton, NJ: Princeton University Press. (1953) [1944].

Norman, Donald. *The Design of Everyday Things*. (Sydney: Currency, 1990).

Ruth A. Wallace & Alison Wolf. *Theories of Rational Choice*. (New Jersey: Prentice Hall, Inc, 1995).

Samson, Alain. *The Behavioral Economics Guide 2014*. http://behavioraleconomics.com. 2014.

——————— *The Behavioral Economics Guide 2015*. http://behavioraleconomics.com. 2015).

Schwartz, Barry. *The Paradox of Choice: Why More Is Less*. (New York: Ecco, Harper Perennial, 2004).

Shankar, Maya & McClure, Samuel. *Decision-making,* in, *The Oxford Handbook of Cognitive Neuroscience* (Oxford University Press: New York, 2013).

Simon, Herbert. *Models of Bounded Rationality*. (Cambridge, MA: MIT Press, 1982).

Smith, Aadam. *Theory of Moral Sentiments*. (London: Millar. 1759).

Thaler, Richard. *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics*. (New York: W. W. Norton & Company. 2015).

Thaler, Richard & Sunstein, Cass. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, And Happiness*. (New Haven, Connecticut: Yale University Press, 2008).

Wansink, Brian. *Slim by Design: Mindless Eating Solutions for Everyday Life*. (New York: William Morrow and Company, 2014).

• Journals

Ainsworth, Sarah (et al.). “Ego Depletion Decreases Trust in Economic Decision Making”. *Journal of Experimental Social Psychology,* 54, 2014.

Ajzen, Icek. “From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior”. In J. Kuhi & J. Beckmann, *Action-Control: From Cognition to Behavior* (Heidelberg*: Springer*, 1985).

Arrow, Kenneth. “Utilities, Attitudes, Choices: A Review Note”. *Econometrica*. 26 (1): (1958). JSTOR.

Arkes, Hal & Blumer, Catherine. “The Psychology of Sunk Costs”. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 35, 1985.

Ariely, Dan & Loewenstein, George. “The Heat of the Moment: The Effect of Sexual Arousal On Sexual Decision Making”. *Journal of Behavioral Decision Making*, 19, 2006.

Ariely, Dan. (et al.), “Coherent Arbitrariness: Stable Demand Curves Without Stable Preferences”. *Quarterly Journal of Economics*, 118, 2003.

Allcott, Hunt. “Social Norms and Energy Conservation”. *Journal of Public Economics*, 95(5), 2011.

An, Soontae. “Antidepressant Direct-To-Consumer Advertising and Social Perception of the Prevalence of Depression: Application of The Availability Heuristic”. *Health Communication*, 23, 6, 2008.

Anderson, Eric. T. & Simester, Duncan. “A Step-By-Step Guide to Smart Business Experiments”. *Harvard Business Review*, 89(3), 2011.

Barone, Michale & Tirthankar, Roy. “Does Exclusivity Always Pay Off? Exclusive Price Promotions and Consumer Response”. *Journal of Marketing*, 74(2), 2010.

Banerjee, Abhijit. “A Simple Model of Herd Behavior”. *Quarterly Journal of Economics*, 107, 1992.

Baumeister, Roy (et al.). “Free Will in Consumer Behavior: Self-Control, Ego Depletion, and Choice”. *Journal of Consumer Psychology*, 18(1), 2008.

———— “The Strength Model of Self-Control”. *Current Directions in Psychological Science*, 16, 2007.

———— “Social Exclusion Impairs Self-Regulation”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(4), 2005.

Berns, Gregory (et al.). “Intertemporal Choice: Toward an Integrative Framework”. *Trends in Cognitive Sciences*, 11(11), 2007.

Bikhchandi, Sushil (et al.). “A Theory of Fads, Fashion, Custom and Cultural Change as Informational Cascades”. *Journal of Political Economy*, 100, 1992.

Bickel, Warren (et al.). “Impulsivity and Cigarette Smoking: Delay Discounting in Current, Never, and Ex-Smokers”. *Psychopharmacology*, 146(4) 1999.

Biswas, Dipayan. “The Effects of Option Framing on Consumer Choices: Making Decisions in Rational vs. Experiential Processing Modes”. *Journal of Consumer Behaviour*, 8, 2009.

Bohnet, Iris (et al). “Betrayal Aversion: Evidence from Brazil, China, Oman, Switzerland, Turkey, and the United States”. *American Economic Review*, 98, 2008.

Buehler, Roger, (et al). “Exploring the ‘Planning Fallacy’: Why people Underestimate their Task Completion Times”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(3), 1994.

Bateman, Ian., et.al. "Decoy effects in choice experiments and contingent valuation: Asymmetric dominance". *Land Economics*, 84(1), (2008).

Bettinger, Eric (et al). “The Role of Application Assistance and Information in College Decisions: Results from the H&R Block Fafsa Experiment”. *Quarterly Journal of Economics* 127, 2012.

Benartzi, Shlomo & Thaler, Richard. “Behavioral Economics and the Retirement Savings Crisis”. *Science* 339 2013.

Bertrand, Marianne (et al). “A Behavioral-EconomicsView of Poverty”. *American Economic Review* 94, 2004.

Breman, Anna. “Give More Tomorrow: A Field Experiment on Intertemporal Choice in Charitable Giving.” *Working paper, Stockholm University*, 2006.

Brigitte C. Madrian and Dennis F. Shea, “The Power of Suggestion: Inertia in 401(k) Participation and Savings Behavior”. *Quarterly Journal of Economics* 116, 2001.

Braithwaite, John. “Restorative Justice: Assessing Optimistic and Pessimistic Accounts”. *Crime and Justice*, 25, 1999.

Burson, Katherine (et al). “Six of One, Half Dozen of the Other: Expanding and Contracting Numerical Dimensions Produces Preference Reversals”. *Psychological Science*, 20(9), 2009.

Byrne, Michael D & Susan Bovair. “A Working Memory Model of a Common Procedural Error.” *Cognitive Science* 21, 1997.

Camerer, Colin. “Progress in Behavioral Game Theory”. *Journal of Economic Perspectives*, 11, 1997.

Camerer, Colin (et al.). “Labor Supply of New York City Cab Drivers: One Day at a Time”. *Quarterly Journal of Economics*. 112, 1997.

——————— “Neuroeconomics: How Neuroscience Can Inform Economics”. *Journal of Economic Literature*, 43, 2005.

Cialdini, Robert (et al). “Compliance with a Request in Two Cultures: The Differential Influence of Social Proof and Commitment/Consistency on Collectivists and Individualists”. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 1999.

——————— “Reciprocal Concessions Procedure for Inducing Compliance: The Door-In-The-Face Technique”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 1975.

Cialdini, Robert. “Crafting Normative Messages to Protect the Environment”. *Current Directions in Psychological Science*, 12, 2003.

Chartrand, Tanya & Bargh, John. “The Chameleon Effect: The Perception-Behavior Link and Social Interaction”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(6), 1999.

Chartrand, Tanya (et. al). “Nonconscious Goals and Consumer Choice”. *Journal of Consumer Research*, 35, 2008.

Cheema, Amar & Soman, Dilip. “The Effect of Partitions On Controlling Consumption”. *Journal of Marketing Research*, 45(6), 2008.

Chandon, Pierre & Wansink, Brian. “The Biasing Health Halos of Fast-Food Restaurant Health Claims: Lower Calorie Estimates and Higher Side-Dish Consumption Intentions”. *Journal of Consumer Research*, 34(3), 2007.

Coulter, Keith & Coulter, Robin. “Size Does Matter: The Effects of Magnitude Representation Congruency on Price Perceptions and Purchase Likelihood”. *Journal of Consumer Psychology*, 15(1), 2005.

Davenport, Thomas. “How to Design Smart Business Experiments”. Harvard Business Review, 87(2), 2009.

Diclemente, Carlo (et al.) “The Role of Feedback in The Process of Health Behavior Change”. *American Journal of Health Behavior*, 25, 2001.

Dhar, Ravi (et al.) “The Shopping Momentum Effect”. *Journal of Marketing Research*, 44, 200.

Deci, Edward (et al). “A Meta-Analytic Review of Experiments Examining the Effects of Extrinsic Rewards on Intrinsic Motivation”. *Psychological Bulletin*, 125, 1999.

Diclemente, Carlo (et al). “The Role of Feedback in the Process of Health Behavior Change”. *American Journal of Health Behavior*, 25, 2001.

Doron, Teichman & Eyal, Zamir. “Judicial Decisionmaking: A Behavioral Perspective”. *The Oxford Handbook of Behavioral Economics and the Law*, December 16, 2013.

Johnson, Eric (et al.) “Beyond Nudges: Tools of a Choice Architecture”. *Springer Science*, Published online May 25, 2012.

Etzioni, Amitai. “Behavioral Economics: Next Steps”. *Journal of Consumer Policy*, 34 (3), 2011.

Finucane, Melissa (et al). “The Affect Heuristic in Judgments of Risks and Benefits”. *Journal of Behavioral Decision Making*, 13, 2000.

Fredrickson, Barbara & Kahneman, Daniel. “Duration Neglect in Retrospective Evaluations of Affective Episodes”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(1), 1993.

Frey, Bruno (et al). “Introducing Procedural Utility: Not Only What, but Also How Matters”. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 160, 2004.

Frederick, Shane (et al). “Time Discounting and Time Preference: A Critical Review”. *Journal of Economic Literature*, 40, 2002.

Fehr, Ernst & Schmidt, Klaus. “A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation”. *The Quarterly Journal of Economics*, 114, 1999.

Fehr, Ernst & Gächter, Simon. “Fairness and Retaliation: The Economics of Reciprocity”. *Journal of Economic Perspectives*, 14, 2000.

Falk, Armin & Kosfeld, Michael. “The Hidden Costs of Control”. *American Economic Review*, 96, 2006.

Frey, Bruno & Goette, Lorenz. “Does Pay Motivate Volunteers?” Working Paper Series No. 7. *Institute for Empirical Research in Economics*, 1999.

Fehr, Ernest. “On The Economics and Biology of Trust”. *Journal of the European Economic Association*, 7, 2009.

Gigerenzer, Gerd & Goldstein, Daniel. “Reasoning The Fast and Frugal Way: Models of Bounded Rationality”. *Psychological Review*, 103, 1996.

Goldstein, Daniel (et. al.). “Nudge Your Customers Toward Better Choices”. *Harvard Business Review*, 86, 2008.

Giuffrida, Antonio & Torgerson, David. “Should We Pay the Patient? Review of Financial Incentives to Enhance Patient Compliance”. *British Medical Journal*, 315, 1997.

Gächter, Simon (et. al). “Are Experimental Economists Prone to Framing Effects? A Natural Field Experiment”. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 70, 2009.

Guth, Werner (et. al). “An Experimental Analysis of Ultimatum Bargaining”. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 3, 1982.

Goldstein, Daniel & Gigerenzer, Gerd. “Models of Ecological Rationality: The Recognition Heuristic”. *Psychological Review*, 109(1), 2002.

Gouldner, Ward. “The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement”. *American Sociological Review*, 25(2), 1960.

Goodman, Joseph (et. al). “Data Collection in a Flat World: Strengths and Weaknesses of Mechanical Turk Samples”. *Journal of Behavioral Decision Making*, 26(3), 2013.

Higgins, Tory. “Value from Regulatory Fit”. *Current Directions in Psychological Science*, 14, 2005.

Harley, Erin. “Hindsight Bias in Legal Decision Making”. *Social Cognition*, 25(1), 2007.

Hershfield, Hal Ersner (et. al). “Increasing Saving Behavior Through Age-Progressed Renderings of the Future Self”. *Journal of Marketing Research*, 48, 2011.

Hossain, Tanjim & List, John. “The Behavioralist Visits the Factory: Increasing Productivity Using Simple Framing Manipulations”. *Management Science*, 58, 2012.

Harrison, Glenn & List, John. “Field Experiments”. *Journal of Economic Literature*, 42(4), 2004.

Hastings, Justine & Shapiro. Jesse. “Fungibility and Consumer Choice: Evidence from Commodity Price Shocks”. *Quarterly Journal of Economics* 128, 2013.

Hsee, Christopher. “Less Is Better: When Low-Value Options Are Valued More Highly Than High-Value Options”. *Journal of Behavioral Decision Making*, 11, 1998.

Johnson, Eric & Goldstein, Daniel. “Do Defaults Save Lives?” *Science*, 302, 2003.

Johnson, Eric (et. al). “Beyond Nudges: Tools of a Choice Architecture”, *Marketing Letters*, 23, 2012.

———— “Framing, Probability Distortions, and Insurance Decisions”. *Journal of Risk and Uncertainty*, 7(1), 1993.

Jolls, Christine (et. al). “Behavioral Approach to Law and Economics”. Stanford Law Review, 1998.

Kahneman, Daniel. “Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics”. *The American Economic Review*, 93, 2003.

Kahneman, Daniel & Tversky, Amos. “The Psychology of Preference”. *Scientific American*, 246, 1982.

Kahneman, Daniel (et. al). “A Survey Method for Characterizing Daily Life Experience: The Day Reconstruction Method”. *Science*, 306, 2004.

Kahneman, Daniel & Deaton, Angus. “High Income Improves Evaluation of Life but Not Emotional Well-Being”. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the USA*, 107, 2010.

Kahneman, Daniel & Tversky, Amos. “Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk”. *Econometrica*, 47, 1979.

——————— “Subjective Probability: A Judgment of Representativeness”. *Cognitive Psychology*, 3, 1972.

Kahneman, Daniel (et al). “Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias”. *Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 1991.

Kardes, Frankm (et. al). “Consumer Inference: A Review of Processes, Bases, and Judgment Contexts”. *Journal of Consumer Psychology*, 14(3), 2004.

Kirkpatrick, Lee & Epstein, Seymour. “Cognitive-Experiential Self Theory and Subjective Probability: Further Evidence for Two Conceptual Systems”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63(4), 1992.

Koch, Alexander (et. al). “Behavioral Economics of Education”. *Journal of Economic Behavior & Organization*. 2014.

Kruger, Justin (et. al). “The Effort Heuristic”. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40(1), 2004.

Santos, Laurie & Rosati, Alexandra. “The Evolutionary Roots of Human Decision Making”. *The Annual Review of Psychology*, 66, 2015.

Lakshminarayanan, Venkat (et. al). “The Evolution of Decision-Making Under Risk: Framing Effects in Monkey Risk Preferences”. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47, 2011.

Lavecchia, Adam (et. al). “Behavioral Economics of Education: Progress and Possibilities”. *NBER Working Paper 20609*., 2014.

Lee, Angela & Aaker, Jennifer. “Bringing The Frame into Focus: The Influence of Regulatory Fit on Processing Fluency and Persuasion”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, (2004).

Levin, Irwin (et. al). “All Frames Are Not Created Equal: A Typology and Critical Analysis of Framing Effects”. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 76, 1998.

Loewenstein, George (et. al.) “Risk as Feelings”. *Psychological Bulletin*, 127(2), 2001.

Lee, Sesung & Seidle, Russell. “Narcissists as Consumers: The Effects of Perceived Scarcity on Processing of Product Information”. *Social Behavior and Personality*, 40(9), 2012.

Laibson, David. “Golden Eggs and Hyperbolic Discounting”. *Quarterly Journal of Economics*, 112, 1997.

Iyengar, Sheena & Lepper, Mark. “When Choice is Demotivating: Can One Desire Too Much of a Good Thing?” *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 2000.

Loewenstein, George. “Emotions in Economic Theory and Economic Behavior”. *The American Economic Review*, 90(2), 2000.

———— Hot-cold Empathy Gaps and Medical Decision-Making”. *Health Psychology*, 24, 2005.

Loewenstein, George (et. al). “Projection Bias in Predicting Future Utility”. *Quarterly Journal of Economics*, 118(4), 2003.

Levin, Irwin & Gaeth, Gary. “Framing of Attribute Information Before and After Consuming the Product”. *Journal of Consumer Research*, 15, 1988.

List, John. “Field Experiments: A Bridge Between Lab and Naturally Occurring Data”. Advances in Economic Analysis & Policy, 6(2), Article 8. 2006.

Markus, Hazel & Kitayama, Shinobu. “Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion and Motivation”. *Psychological Review*, 98, 1991.

Martin, Steve (et. al.) “Commitments, Norms and Custard Creams: A Social Influence Approach to Reducing Did Not Attend (Dnas)”. *Journal of the Royal Society of Medicine*, 105, 2012.

Mani, Anandi (et. al). “Poverty Impedes Cognitive Function”. *Science* 341(6149), 2013.

Madrian, Brigitte & Shea, Dennis. “The Power of Suggestion: Inertia in 401(K) Participation and Savings Behavior”. *Quarterly Journal of Economics*, 116, 2001.

Maheswaran, Durairaj (et. al). “Brand Name as a Heuristic Cue: The Effects of Task Importance and Expectancy Confirmation on Consumer Judgments”. *Journal of Consumer Psychology*, 1, 1992.

Mazzoni, Giuliana & Vannucci, Manila. “Hindsight Bias, the Misinformation Effect, and False Autobiographical Memories”. *Social Cognition*, 25(1), 2007.

Merritt, Anna (et. al). “Moral Self-licensing: When Being Good Frees Us to be Bad”. *Social and Personality Psychology Compass*, 4/5, 2010.

Mazar, Nina & Zhong, Chen-Bo. “Do Green Products Make Up Better People?” *Psychological Science*, 21, 2010.

Mazar, Nina & Ariely, Dan. “Dishonesty in Everyday Life and its Policy Implications”. *Journal of Public Policy & Marketing*, 25, 2006.

McLeroy, Kenneth (et al.). “An Ecological Perspective on Health Promotion Programs”. *Health Education Quarterly*, 15(4), 1988.

Mitchell, Gregory. “Revisiting Truth or Triviality: The External Validity of Research in the Psychological Laboratory”. *Perspectives on Psychological Science*, 7 (2), 2012.

March, James. “Bounded Rationality, Ambiguity, and the Engineering of Choice”. *The Bell Journal of Economics*, 9(2), 1978.

Murphy, Sheila & Zajonc, Robert. “Affect, Cognition and Awareness: Affective Priming with Optimal and Suboptimal Stimulus Exposures”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 1993.

Moore, Don & Healy, Paul. “The Trouble with Overconfidence”. *Psychological Review*, 115(2), 2008.

Morewedge, Carey (et. al). “The Least Likely of Times: How Remembering the Past Biases Forecasts of the Future”. *Psychological Science* 16(8), 2005.

Nickerson, Raymond. “Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises”. Review of General Psychology, 2, 1998.

Norton, Michael (et. al). “The IKEA Effect: When Labor Leads to Love”. *Journal of Consumer Psychology*, 22, 2012.

Nisbett, Richard & Wilson, Timothy. “The Halo Effect: Evidence for Unconscious Alteration of Judgments”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 1977.

Nisbett, Richard (et. al). “Culture and Systems of Thought: Holistic Versus Analytic Cognition”. *Psychological Review*, 108, 2001.

Ölander, Folke & Thøgersen, John. “Understanding Consumer Behaviour as a Prerequisite for Environmental Protection”. *Journal of Consumer Policy*, 18, 1995.

O’Donoghue, Ted & Rabin, Matthew. “Doing It Now or Later”. *American Economic Review*, 89(1), 1999.

Odean, Terrance. “Are Investors Reluctant to Realize Their Losses?” *Journal of Finance* 53, 1998.

Ofir, Chezy (et. al). “Memory-based Store Price Judgments: The Role of Knowledge and Shopping Experience”. *Journal of Retailing*, 84(4), 2008.

Post, Thierry (et. al). “Deal or No Deal? Decision Making under Risk in a Large-Payoff Game Show”. *American Economic Review* 98, 2008.

Prelec, Drazen & Loewenstein, George. “The Red and the Black: Mental Accounting of Savings and Debt”. *Marketing Science* 17, 1998.

Rode, Catrin & Wang, Xi. “Risk-Sensitive Decision Making Examined Within an Evolutionary Framework”. *American Behavioral Scientist,* 43(6), 2000.

Read, Daniel (et. al). “Choice Bracketing”. *Journal of Risk and Uncertainty* 19, (1999).

Rabin, Matthew & Weizsäcker, Georg. “Narrow Bracketing and Dominated Choices”. *American Economic Review* 99, 2009.

Rogers, Paul. “The Cognitive Psychology of Lottery Gambling: A Theoretical Review”. *Journal of Gambling Studies,* 14, 1998.

Rick, Scott (et. al). “Tightwads and Spendthrifts”. *Journal of Consumer Research,* 34, 2008.

Read, Daniel & Loewenstein, George. “Diversification Bias: Explaining the Discrepancy in Variety Seeking Between Combined and Separated Choices”. *Journal of Experimental Psychology*: Applied, 1, 1995.

Simon, Herbert. “Behavioral Model of Rational Choice”. *Quarterly Journal of Economics* 69, 1955.

———— “Rational Choice and the Structure of the Environment”. *Psychological Review* 63(2), 1956.

Shampanier, Kristina (et. al). “Zero as a Special Price: The True Value of Free Products”. *Marketing Science*, 26, 2007.

Shiv, Baba (et. al). “Placebo Effects of Marketing Actions: Consumers May Get What They Pay For”. *Journal of Marketing Research*, 42(4), 2005.

Shafir, Eldar & Thaler. Richard, “Invest Now, Drink Later, Spend Never: On the Mental Accounting of Delayed Consumption”. *Journal of Economic Psychology* 27, 2006.

Shefrin, Hersh & Statman, Meir. “The Disposition to Sell Winners Too Early and Ride Losers Too Long: Theory and Evidence”. *Journal of Finance* 40, 1985.

Sunstein, Cass. “Nudging: A Very Short Guide”. *Journal of Consumer Policy,* 37(4), 2014.

Samson, Alain & Voyer, Benjamin. “Emergency Purchasing Situations: Implications for Consumer Decision-Making”. *Journal of Economic Psychology*, 44, 2014.

Samuelson, William & Zeckhauser, Richard. “Status Quo Bias in Decision Making”. *Journal of Risk and Uncertainty*, 1, 1988.

Shah, Anuj & Oppenheimer, Daniel. “Heuristics Made Easy: An Effort-Reduction Framework”. *Psychological Bulletin*, 134(2), 2008.

Samson, Alain & Voyer, Benjamin. “Two Minds, Three Ways: Dual System and Process Models in Consumer Psychology”. *Academy of Marketing Science Review*, 2, 2012.

Slovic, Paul (et. al). “Violence Risk Assessment and Risk Communication: The Effects of Using Actual Cases, Providing Instructions, and Employing Probability vs. Frequency Formats”. *Law and Human Behavior*, 24(3), 2000.

Shepperd, James (et. al.). “Exploring the Causes of Comparative Optimism”. *Psychologica Belgica*, 42, 2002.

Samson, Alain. “A Simple Change that Could Help Everyone Drink Less”. *Psychology Today*. Retrieved from http: //www.psychologytoday.com/blog/consumed/201402/simple-change-could-help-everyone-drink-less. 2014, February 25.

Seiler, Michael (et. al.). “Regret Aversion and False Reference Points in Residential Real Estate”. *Journal of Real Estate Research,* 30(4), 2008.

Shang, Jen & Croson, Rachel. “Field Experiments in Charitable Contribution: The Impact Of Social Influence On The Voluntary Provision Of Public Goods”. *The Economic Journal*, 119, 2009.

Strecher, Victor (et. al). “Goal Setting as a Strategy for Health Behavior Change”. *Health Education Quarterly*, 22, 1995.

Thaler, R. “Toward a Positive Theory of Consumer Choice”. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1, 1980.

Thaler, Richard. “Mental Accounting and Consumer Choice”. *Marketing Science* 4, 1985.

——————— “Mental Accounting Matters”. *Journal of Behavioral Decision Making*. 12, 1999.

——————— Anomalies: Saving, Fungibility, and Mental Accounts". *The Journal of Economic Perspectives*, 4, 1990.

——————— “Mental Accounting and Consumer Choice”. *Marketing Science*, 27, 2008.

Thaler, Richard & Johnson, Eric. “Gambling with the House Money and Trying to Break Even: The Effects of Prior Outcomes on Risky Choice”. *Management Science* 36, 1990.

Thaler, Richard & Benartzi, Shlomo. “Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving”. *Journal of Political Economy*, 112, 2004.

Thomas, Manoj, Desai, K. (et. al). “How Credit Card Payments Increase Unhealthy Food Purchases: Visceral Regulation of Vices”. *Journal of Consumer Research*, 38, 2011.

Thorndike, Anne (et. al.). “A 2-Phase Labeling and Choice Architecture Intervention to Improve Healthy Food and Beverage Choices”. *American Journal of Public Health,* 102(3), 2012.

Tversky, Amos & Kahneman, Daniel. “Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty”. *Journal of Risk and Uncertainty*. 5 (4), 1992.

——————— The Framing of Decisions and the Psychology of Choice". *Science*, 211 (4481), 1981.

——————— "Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases". *Science*, 185, 1974.

Tulving, Endel (et. al.). "Priming Effects in Word Fragment Completion Are Independent of Recognition Memory". *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*, 8(4), 1982.

Tversky, Amos. "Elimination by Aspects: A Theory of Choice". *Psychological Review*, 79, 1972.

Vohs, Kathleen (et. al.). "Making Choices Impairs Subsequent Self-Control: A Limited-Resource Account of Decision Making, Self-Regulation, and Active Initiative". *Journal of Personality and Social Psychology*, 94, 2008.

Wansink, Brian (et. al.). "An Anchoring and Adjustment Model of Purchase Quantity Decisions". *Journal of Marketing Research*, 35(1), 1998.

Wood, Wendy & Neal, David. "The Habitual Consumer". *Journal of Consumer Psychology*, 19, 2009.

Wansink Brian (et. al.). "Mindless Eating and Healthy Heuristics for the Irrational". *American Economic Review*, 99, 2009.

Wilson, Timothy & Gilbert, Daniel. "Affective Forecasting". *Advances in Experimental Social Psychology*, 35, 2003.

Zak, Paul & Knack, Stephen. "Trust and Growth". *Economic Journal*, 111, 2001.

نبذة عن المؤلف

القاضـي الدكتور عمرو أحمد عبد الملك، يعمل مستشـاراً بالمحـاكم الاقتصـادية في جمهورية مصـر العربية، وقد بدأت بحوثه العلمية منذ عام 1998 بقسم الاقتصاد والعلـوم المالية بكلية الحقوق في جامعة الإسكندرية، حيث حصل منها على شهادة الـدكتوراه عـام 2012، وكان موضوع أطروحته "مؤسسات التمويل غير المصـرفية"، وأخـذت الحكومـة المصـرية بتوصياته العلمية الاقتصادية بتأسيس صندوق ثروة سيادي، وصدر بـه القـانون رقم (177) لسنة 2018.

وفي عام 2008 اتجه إلى البحث والتطبيق والتداول في البورصات الوطنية والدوليـة باستخدام علمَي التحليل الفني والعقلي. وبحلول عام 2015 تركزت بحوثه على موضوع الاقتصاد السلوكي، وتُوِّجَت بصـدور هـذا الكتـاب "أساسـيات الاقتصـاد السـلوكي". ويسعى بـدأب إلى مشـاركة العلـم والمعرفـة بنشـر البحـوث، وكتابـة المقـالات، وإلقـاء المحاضـرات، والمشاركة في الندوات والدورات، وإبداء الرأي في مناسبات عدة.

وقد بدأ القاضـي الدكتور عمرو أحمـد عبـدالملك عملـه القضـائي في عـام 2000، وتدرج في مناصب النيابة العامة المصـرية؛ وبحلول عام 2006 اعتلى منصة القضـاء، وهـو حالياً مستشار بالاستئناف في محكمة الإسكندرية الاقتصادية، وأصـدر آلاف الأحكـام في مختلف أنواع القضايا، اقتصادية ومالية وجنائية ومدنية، وأخرى ذات طـابع دولي. وتـولى رئاسة خمس محاكم جزئية وإدارتها على مدار سبع سنوات، ويعمل بشكل تطـوعي عضـواً باللجنة العلمية ولجنـة العلاقـات الدوليـة في نـادي قضـاة الإسـكندرية، ورئيسـاً للَّجنـة القانونية في نادي اليخت المصـري، وله إسهامات في المشـروعات البحثيـة لتطـوير الأداء بوزارة العدل.

الفهارس

ب

ح

خ

د

ر

ن